

Udhëzues për vëzhgimin e fushatave zgjedhore në rrjetet sociale

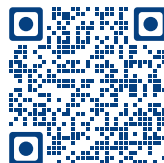
Udhëzues për vëzhgimin
e fushatave zgjedhore në
rrjetet sociale

Ky dokument është publikuar fillimisht nga Zyra e OSBE-së për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut në gjuhën angleze në vitin 2021 me titull “Guidelines for Observation of Election Campaigns on Social Networks”. Versioni në gjuhën shqipe është përkthim, i përgatitur dhe i publikuar nga projekti “Mbështetje për Reformat Zgjedhore në Ballkanin Perëndimor”, i financuar nga Bashkimi Evropian dhe me financim nga Agjencia Austriake për Zhvillim. Në rast mospërputhesh mes teksteve në të dyja gjuhët, ju lutemi referojuni versionit origjinal në anglisht. Për informacion të mëtejshëm lidhur me projektin dhe për të hyrë në bibliotekën e Projektit, jeni të lutur të futeni në adresën:
<http://www.osce.org/odihr/wb>



Funded by
the European Union

With funding
from the  Austrian
Development
Agency



Botuar nga Zyra e OSBE-së për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR)
Ul. Miodowa 10
00-251 Warsaw
Poland

www.osce.org/odihr

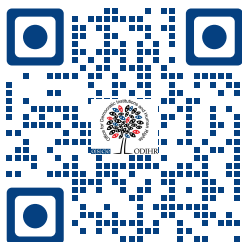
© OSCE/ODIHR 2023

Të gjitha të drejtat janë të rezervuara. Përmbajtja e këtij botimi mund të përdoret dhe të kopjohet lirisht për qëllime edukative dhe qëllime të tjera jotregtare, me kusht që një riprodhim i tillë të shoqërohet me një shënim, ku të thuhet se burimi është OSBE/ODIHR-i.

ISBN 978-83-66690-96-7

Formulimi grafik nga Dejan Kuzmanovski

Kopertina, Kapitulli 2, Kapitulli 3, Kapitulli 4, Kapitulli 5, Kapitulli 6,
Kapitulli 7: OSBE/Dejan Kuzmanovski



Pasqyra e lëndës

Parathënie	5
1. Hyrje	7
1.1. Qëllimi i Udhëzuesit	8
1.2. Rrjetet sociale dhe media	11
2. Angazhimet e OSBE-së dhe detyrime, standarde dhe parime të tjera ndërkombëtare	14
3. Tiparet e përgjithshme të fushatave zgjedhore në rrjetet sociale	22
3.1 Përmbajtja dhe aktiviteti	23
a. Nxitja e urrejtjes, armiqësisë ose dhunës	26
b. Retorika e papajtueshme, agresive dhe negative	29
c. Informacioni manipulues	30
d. Trajtimi i informacionit manipulues	32
3.2 Reklamat politike gjatë fushatës	41
a. Reagimet ndaj reklamave përmes internetit	43
3.3 Mbrojtja e konfidencialitetit të të dhënave	47
4. Qasja e ODIHR-it ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të fushatave zgjedhore në rrjetet sociale	51
4.1 Misioni i vlerësimit të nevojave	51
4.2 Misioni i vëzhgimit	51
4.3 Hartimi i rekomandimeve	53
5. Roli i analistit politik në vëzhgimin dhe vlerësimin e fushatës zgjedhore në rrjetet sociale	56
5.1 Vlerësimi i kuadrit ligjor	58
a. Përmbajtja në internet	58
b. Reklamat politike gjatë fushatës	60
c. Mbrojtja e konfidencialitetit të të dhënave	61
5.2 Vëzhgimi dhe vlerësimi i aktiviteteve të fushatës	62
a. Përzgjedhja e platformave	65
b. Përzgjedhja e llogarive	65
c. Mledhja e informacionit	68

5.3 Vëzhgimi dhe vlerësimi i reklamave politike gjatë fushatës	70
a. Transparenca e reklamave	70
b. Kërkesat për të bërë deklarinimin	72
c. Fushata nga palët e treta	73
6. Mbikëqyrja	76
6.1 Mbikëqyrja e përmbajtjes	77
6.2 Mbikëqyrja e reklamave politike gjatë fushatës	79
6.3 Mbikëqyrja e mbrojtjes së konfidencialitetit të të dhënave	80
7. Sfidat dhe mundësitë për vlerësimin sasior	84
7.1 Kufizimet metodologjike	84
7.2 Të dhëna nga burime të jashtme	87
a. Mjetet e monitorimit të rrjetit dhe të nxjerrjes së të dhënave	88
b. Aksesit i kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale tek të dhënat	90
c. Verifikuesit e fakteve	92
Shtojca 1 – Dokumente të rëndësishme ndërkombëtare	94
Shtojca 2 – Fjalorth i termave të përdorshëm	100

Parathënie

Interneti i ka dhënë një akses tejet të madh publikut në informacion, duke përfshirë edhe gjatë periudhave zgjedhore, si dhe ka ofruar mundësi për debat politik dhe për pjesëmarrje të gjerë. Me krijimin e faqeve të internetit për rrjetet sociale, fushatat zgjedhore kanë hyrë në një epokë të re komunikimi. Ligjërimi politik ka kaluar nga transmetimi i njëanshëm i informacionit drejt një sistemi ndërveprues shumëpalësh, në të cilin zgjedhësit kanë kanale më të gjera për të shprehur opinionet e tyre. Debati për ndikimin që kanë rrjetet sociale te zgjedhësit dhe te proceset zgjedhore, ka tërhequr së fundmi një vëmendje të paprecedentë të publikut. Përpara se të kalohet tek veçoritë e këtij debati, është me rëndësi të kuptohet se bërja e fushatave në platformat dixhitale është veçse një tjetër metodë që përdorin në zgjedhje kandidatët dhe aktorët e tjerë të përfshirë në këtë proces, për të fituar mbështetje ose për të komunikuar me zgjedhësit. Si e tillë, kjo metodë duhet të jetë objekt i standardeve dhe parimeve të pranuar në nivel ndërkombëtar për bërjen e fushatave zgjedhore të lira dhe të drejta.

Faqet e rrjeteve sociale u ofrojnë hapësirë zgjedhësve për të rritur pjesëmarrjen e tyre të drejtpërdrejtë në fushata, duke u dhënë në të njëjtën kohë kandidatëve mundësinë që të tërheqin më shumë mbështetje. Ndërkohë, përdorimi i rrjeteve sociale, sidomos gjatë fushatave zgjedhore, bart një numër të madh sfidash. Disa prej tyre përbëjnë rrezik për ushtrimin dhe mbrojtjen e të drejtave të njeriut dhe lirive themelore, si dhe për integritetin e përgjithshëm të procesit zgjedhor.

Teknologjitë e komunikimit përmes internetit janë në zhvillim të vazhdueshëm, pamja dhe popullariteti i platformave të rrjeteve të ndryshme sociale ndryshon vazhdimisht, në mjedise rregullatore të rrepta, gjithnjë në rritje. Kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, si pronare të rrjeteve sociale, kanë nisur të bëjnë ndryshime në mënyrën si operojnë dhe si e trajtojnë përmbajtjen në internet. Shumë prej këtyre nismave, teorikisht, mund të sjellin zhvillime pozitive, të tilla si: rritja e transparencës, parandalimi i keqpërdorimit të të dhënave personale ose mbrojtja e të drejtave apo kategorive të caktuara përdoruesish nga ngacmimet, por shpeshherë, ato edhe mund të kërcënojnë aksesin ndaj lirive themelore dhe respektimin e tyre. Në këtë kontekst, një nga zhvillimet më shqetësuese është nënshtrimi i platformave para presionit të disa qeverive për të hequr përmbajtje legjitime ose llogari

përdoruesish kritike ndaj qeverisë, shpeshherë pa mundësinë për rikthimin e tyre. Kur kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale kanë luftuar për të mbrojtur lirinë e fjalës, ato nganjëherë janë gjendur nën presionin në rritje të enteve rregullatore, duke përfshirë edhe kërcënimet për humbjen e aksesit në treg.

Zyra për Institucione Demokratike dhe të Drejtat e Njeriut (ODIHR) e Organizatës për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë (OSBE) ka krijuar një metodologji sistematike dhe gjithëpërfshirëse për vëzhgimin e zgjedhjeve dhe për vlerësimin e proceseve zgjedhore. Megjithëse vlerësimi i një fushate zgjedhore është tashmë pjesë qendrore e metodologjisë së ODIHR-it për vëzhgimin e zgjedhjeve të përgjithshme, përmes këtij Udhëzuesi synohet që të trajtohet në mënyrë të posaçme, zhvillimi i fushatës në rrjetet sociale. Ky Udhëzues ofron orientim për vëzhguesit e ODIHR-it dhe është një mjet i dobishëm për organizatat e tjera ndërkombëtare dhe për organizatat e vëzhguesve qytetarë, për parimet e rëndësishme dhe përvojën pozitive ndërkombëtare lidhur me këtë temë. Gjithashtu, ky Udhëzues mund t'i ndihmojë shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së, në përpjekjet e tyre për t'i trajtuar në mënyrën e duhur sfidat që burojnë nga aktivitetet e fushatave përmes internetit, gjatë procesit zgjedhor.¹

Matteo Mecacci
Drejtor i ODIHR-it

1 ODIHR-i është i angazhuar për rishikimin dhe saktësimin sistematik të metodologjisë për vëzhgimin e zgjedhjeve në përputhje me detyrat përkatëse, të ngarkuara nga shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së (Vendimi 19/06 i Këshillit të Ministrave). <https://www.osce.org/mc/23209> (Ministerial Council Decision 19/06)

1. HYRJE

Rrjetet sociale mundësojnë që individët dhe grupet të shprehin opinionet e tyre, të angazhohen në dialog dhe të komunikojnë drejtpërdrejt edhe me aktorë dhe institucione politike dhe të bëhen pjesëmarrës aktivë në fushatat zgjedhore.² Në shkallë botërore, përdorimi i rrjeteve sociale ka bërë që të forcohet më tej angazhimi kritik i elektoratit dhe të intensifikohet krijimi dhe organizimi i grupeve të mëdha dhe i lëvizjeve sociale. Rrjetet sociale janë bërë të dobishme për të nxitur të shprehurit dhe ushtrimin e lirive themelore, duke i shndërruar zgjedhësit nga marrës pasivë të informacionit në pjesëmarrës aktivë dhe bashkëformues të debatit publik. Rrjetet sociale e kanë ndryshuar në mënyrë të ndjeshme bërjen e fushatave politike, qoftë sa i takon përdorimit të tyre nga kandidatët si platforma për të paraqitur dhe për të diskutuar politikat e tyre me elektoratin, si reklama politike, apo për mbledhjen dhe përpunimin e të dhënave personale të zgjedhësve.

Nga ana tjetër, përdorimi i rrjeteve sociale në zgjedhje dhe në politikë, më gjerësisht mund të paraqesë një sërë sfidash dhe rreziqesh. Si përhapja e përmbajtjes manipuluese, përpjekja e shteteve për të kufizuar aksesin ndaj disa lirive themelore përmes internetit, penalizimi i palejueshëm i përmbajtjes dhe aktiviteteve, bllokimi arbitrar ose mbyllja e aksesit ndaj rrjeteve, paraqitja përzgjedhëse e përmbajtjes, fshirja ose anulimi i përmbajtjes, çka në të vërtetë mund t'i kufizojë grupet specifike të zgjedhësve në sisteme të menaxhimit të informacionit, të paafta për të komunikuar me sisteme të tjera të menaxhimit të informacionit, apo, në të ashtuquajturat, hapësira, ku u bëhet jehonë informacioneve të njëanshme, të parashikuara për persona a qëllime të caktuara. Llojet e tjera të sfidave lidhen me keqpërdorimin e të dhënave personale për reklama dhe propagandë zgjedhore, me ndërhyrjen nga jashtë në zgjedhje dhe me ligjërimin politik dhe përdorimin në rritje të robotëve dhe provokuesve për të përcaktuar axhendat e publikut dhe opinionet e zgjedhësve, si dhe për të mobilizuar apo frenuar pjesëmarrjen e zgjedhësve. Praktika të tilla, qofshin ato që promovohen nga shtetet, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, grupe interesi ose individë të ndryshëm, janë

2 Udhëzuesi iu referohet rrjeteve sociale si platforma interneti që parashikojnë ndërveprimin në disa drejtime, përmes përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit. Përkufizimi është i ngjashëm me ato që përdoren në Raportin e Përbashkët të Komisionit Evropian për Demokraci përmes Ligjit të Këshillit të Evropës (Komisioni i Venecias), të vitit 2019, dhe të Drejtorisë së Shoqërisë së Informacionit dhe Veprimtimit kundër Krimit në Drejtorinë e Përgjithshme të të Drejtave të Njeriut dhe Sundimit të Ligjit (DGI), për Teknologjitë Dixhitale dhe Zgjedhjet; dhe në Udhëzuesin e *International IDEA* për Zhvillimin e një Kodi Sjelljeje të Mediave Sociale për Zgjedhjet.

të dëmshme për procesin zgjedhor demokratik dhe mund të çojnë në rënie të besimit të publikut në zgjedhje.³

Pasi kanë vlerësuar rreziqet që paraqesin disa prej këtyre sfidave, dhe, në mënyrë të veçantë, rritja e llojeve të ndryshme të përmbajtjes manipuluese, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale kanë shtuar përpjekjet për ta kufizuar të ashtuquajturin dezinformim, si dhe praktika të tjera abuzive, që mund të nxisin një mjedis që nuk kontribuon në zhvillimin e zgjedhjeve demokratike. Në bashkëpunim me qeveritë ose me organizatat ndërkombëtare janë hartuar kode të përbashkëta për trajtimin e këtyre llojeve të përmbajtjes, në të cilat kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale kanë rënë dakord që të tërheqin vëmendjen tek çështje të besueshmërisë së përmbajtjes, transparencës së reklamave dhe mbrojtjes së të dhënave, përndryshe ato do të hiqen nga sistemi. Disa prej kodeve parashikojnë fshirjen e përmbajtjes ose të reklamave të paligjshme, ndërsa, në disa vende, përdoruesit duhet të informohen, kur bëhen objekt i (mikro)shënjestrimit.

1.1 Qëllimi i udhëzuesit

Këto zhvillime, qoftë pozitive apo negative, janë bërë shkas për ngritjen e një sërë çështjesh lidhur me respektimin e të drejtave themelore të njeriut në fushën e internetit. Megjithëse disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së janë përpjekur që t'i rregullojnë aspektet e internetit brendapërbrenda vendit, praktika ka treguar se reagimet domethënëse, gjithëpërfshirëse dhe më efektive janë ato që bëhen nga shumë palë përmes veprimeve që njohin natyrën ndërkufitare të rrjeteve sociale. Në këtë aspekt, Kombet e Bashkuara (OKB), OSBE-ja dhe organizatat e tjera rajonale si Këshilli i Evropës ose Bashkimi Evropian, kanë ndërmarrë nisma për të riafirmuar se, në fushën e internetit, mbrojtja e të drejtave dhe lirive themelore të njeriut duhet të gjejë zbatim njësoj si në botën reale. Pra, aksesit në internet dhe përdorimi i rrjeteve sociale gjatë zgjedhjeve janë bërë një temë kryesore me interes në kontekstin e vëzhgimit të zgjedhjeve nga ndërkombëtarët, por edhe nga qytetarët.

Megjithëse zhvillimi i fushatave përmes internetit është një fenomen në rritje në të gjithë botën dhe përfshin një sërë aktiviteteve dhe metodash, disa prej të cilave, në pjesën më të madhe të rasteve, përdoren edhe pas periudhave zyrtare të fushatës dhe që do të vazhdojnë të evoluojnë, trajtimi i gjithë këtyre aspekteve të aktivitetit përmes internetit në zgjedhje, është jashtë objektit të këtij Udhëzuesi. Përveç kësaj, Udhëzuesi as nuk tenton që të japë ndonjë përkufizim, dallim apo vlerësim të llojeve të ndryshme të përmbajtjes manipuluese (dezinformimi, keqinformimi ose informimi i rremë)

3 Shqetësimet e tjera kryesore lidhen me natyrën e *decentralizuar ose ndërshtetërore* të rrjeteve sociale dhe me kufizimet e mëpasshme në zbatueshmërinë dhe efektshmërinë e veprimeve ligjore dhe gjyqësore, si dhe me mundësinë për korrigjim efikas.

dhe as nuk ofron këshilla nëse rrjetet sociale duhet apo jo të mbajnë përgjegjësi për përmbajtjen. Në këtë kontekst, është me rëndësi të veçantë të vihet në dukje se nuk ekziston ndonjë qasje unike dhe se shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së kanë të drejtën sovrane për të rregulluar funksionimin e platformave sociale dhe zhvillimin e fushatave zgjedhore përmes internetit, në përputhje me detyrimet, standardet dhe parimet e rena dakord në shkallë botërore, si dhe me angazhimet e tyre politike.

Përmes këtij Udhëzuesi synohet të ofrohet kuadri, kryesisht për vëzhguesit e zgjedhjeve, për vlerësimin e duhur të ndikimit të aspekteve kryesore të zhvillimit të fushatave përmes internetit, në integritetin e përgjithshëm të procesit zgjedhor dhe fushatës zgjedhore. Në këto aspekte përfshihen aktivitetet përmes internetit të kandidatëve në zgjedhje dhe përhapja e llojeve specifike të përmbajtjes lidhur me procesin zgjedhor, reklamat politike gjatë fushatës zgjedhore, si dhe mbrojtja e të dhënave personale. Udhëzuesi është hartuar me mbështetje jashtëbuxhetore, në kuadër të përpjekjeve të ODIHR-it për përmirësimin e vazhdueshëm të metodologjisë dhe për rritjen e kapacitetit të tij për vëzhgimin e aspekteve të caktuara, të specializuara të zgjedhjeve.

Në përputhje me metodologjinë e ODIHR-it për vëzhgimin e zgjedhjeve, çdo vlerësim i kuadrit dhe praktikës rregullatore lidhur me zhvillimin e fushatave, duke përfshirë edhe në rrjetet sociale, duhet bërë në bazë të detyrimeve, standardeve dhe parimeve të njohura, të sanksionuara në dokumente të rëndësishme ndërkombëtare.⁴ Gjatë vlerësimit, duhet të merret në konsideratë kuadri ligjor mbi zhvillimin e fushatave përmes internetit, kuadër ky që mund të jetë në një proces të vazhdueshëm ndryshimi dhe zgjerimi të shpejtë. Rrjedhimisht, është e detyrueshme që çdo përpjekje për vëzhgimin dhe vlerësimin e propagandës elektorale, të ketë kufij, ndërsa mënyra se si e trajtojnë këtë temë vëzhguesit ndërkombëtarë të zgjedhjeve do të vazhdojë të ndryshojë.

Është me rëndësi që Analisti Politik, i cili është përgjegjës për vlerësimin e fushatës zgjedhore, duke përfshirë edhe atë në rrjetet sociale, të jetë i aftë t'i vendosë zhvillimet përmes internetit në kontekst dhe të bëjë lidhje të dyanshme brenda mjedisit të përgjithshëm të fushatës. Duke pasur parasysh larminë e çështjeve që duhen vëzhguar përmes internetit, në vlerësimin e fushatës zgjedhore në rrjetet sociale, Analistit Politik do t'i duhet të bashkëpunojë me pjesëtarë të tjerë të misionit vëzhgues. Më poshtë, do të shtjellohen fushat e mundshme të mbivendosjes dhe mënyrat e bashkëpunimit.

Udhëzuesi është strukturuar në këtë mënyrë:

4 Këtu përfshihen, ndër të tjera, Deklarata Universale e të Drejtave të Njeriut, e vitit 1948 (DUDNJ); Pakti Ndërkombëtar i OKB-së për të Drejtat Civile dhe Politike, i vitit 1966 (PNDCP); Konventa Evropiane për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive themelore, e vitit 1950 (KEDNJ), si dhe Dokumenti i Kopenhagenit i OSBE-së, i vitit 1990.

- ♦ Hyrje në zhvillimin e fushatave në rrjetet sociale, duke përfshirë edhe një paraqitje të dallimeve dhe mbivendosjeve midis rrjeteve sociale dhe mediave tradicionale;
- ♦ Një pasqyrë e angazhimeve të OSBE-së dhe e detyrimeve, standardeve dhe parimeve të tjera ndërkombëtare, lidhur me fushatat zgjedhore përmes internetit;
- ♦ Përshkrimi i tipareve të përgjithshme të bërjes së fushatës zgjedhore në rrjetet sociale dhe fushat kryesore të rregullimit dhe të vlerësimit: përmbajtja dhe aktivitetet përmes internetit, reklamato politike dhe mbrojtja e konfidencialitetit të të dhënave;
- ♦ Qasja e ODIHR-it ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të bërjes së fushatës zgjedhore në rrjetet sociale;
- ♦ Roli i Analistit Politik në vëzhgimin dhe vlerësimin e bërjes së fushatës zgjedhore në rrjetet sociale;
- ♦ Shtjellimi i rëndësisë së mbikëqyrjes efikase të përmbajtjes në internet, bërjes së reklamave politike dhe mbrojtjes së të dhënave;
- ♦ Paraqitja e disa prej mundësive dhe kufizimeve kryesore metodologjike, për efekt të monitorimit sasior.

Në Udhëzues shtjellohet qasja e ODIHR-it ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të fushatave zgjedhore vetëm në rrjetet sociale. Metodologjia e ODIHR-it për vëzhgimin dhe vlerësimin tërësor të fushatave zgjedhore, duke përfshirë edhe format e tyre më tradicionale, shtjellohet në Manualin për Vëzhgimin e Fushatës Zgjedhore dhe Mjedisit Politik, që botohet së bashku me këtë Udhëzues. Udhëzuesi i trajton rrjetet sociale si subjekte të dallueshme, të ndryshme nga mediat tradicionale (televizioni dhe shtypi), versionet e tyre elektronike ose portalet e specializuara të lajmeve (mediat elektronike), që vlerësohen kundrejt detyrimeve, standardeve dhe angazhimeve ndërkombëtare lidhur me median, dhe për këtë arsye, gjatë veprimtarive për vëzhgimin e zgjedhjeve, ato mbeten në kompetencë të Analistëve të Medias.⁵ Në seksionin vijues, jepet një përshkrim i elementeve që i dallojnë rrjetet sociale nga mediat tradicionale.

Në kontekstin e OSBE-së, nuk është parashikuar asnjë angazhim i specializuar sa u takon rrjeteve sociale dhe fushatave përmes internetit duhet të përmbushin të njëjtat standarde që aplikohen për zhvillimin e përgjithshëm të fushatës zgjedhore. Për shkak të mungesës së angazhimeve dhe standardeve specifike dhe për t'i kuptuar më mirë sfidat që lindin nga zhvillimet më të fundit në botën e internetit, Udhëzuesi

5 Për metodologjinë e ODIHR-it për zgjedhjet, shih Manualin për Vëzhgimin e Zgjedhjeve (botimi i gjashtë), dhe për fushatat zgjedhore, shih Manualin për Vëzhgimin e Mjedisit Politik dhe Fushatës Zgjedhore

ofron përkufizime dhe citime nga raporte të shumta, të hartuara nga organizata ndërkombëtare të besueshme, të rëndësishëm për shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së. Ndërkohë që fusha e rrjeteve sociale do të vazhdojë sigurisht të ruajë ritmin e vet të zhvillimit të shpejtë dhe ka probabilitet të lartë që të krijohen platforma të reja, në kohën e shkrimit të këtij Udhëzuesi, në zonën e OSBE-së, gjatë fushatave zgjedhore përdoren më rëndom këto rrjete sociale: *Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Odnoklasniki* dhe *Vkontakte*. Programe për dërgimin e mesazheve, të tilla si: *WhatsApp, Messenger, Telegram* ose të tjerë, mund të luajnë rol të rëndësishëm në shpërndarjen e informacionit, dhe veçanërisht, gjatë periudhave zgjedhore, sidoqoftë, ato nuk janë objekt i këtij Udhëzuesi kryesisht për shkak të natyrës së tyre të mbyllur dhe pamundësisë për vëzhgime transparente, si dhe çështjeve të tjera lidhur me respektimin e privatësisë dhe mbrojtjes së të dhënave të pjesëtarëve të grupeve.

1.2 Rrjetet sociale dhe media

Çështja lidhur me natyrën e rrjeteve sociale – nëse ato duhet të kuptohen si media, siç nënkupton termi “media sociale”, i përdorur rëndom, ose si diçka e ndryshme – mbetet temë e debatit publik dhe akademik. Është e qartë se rrjetet sociale shërbejnë si mjet komunikimi dhe shkëmbimi informacioni. Përveç kësaj, ato i shërbejnë një qëllimi të ngjashëm – ndarjes së informacionit me të tjerë, dhe përpigjen që të arrijnë një synim të ngjashëm – informimin e publikut.⁶ Sidoqoftë, kohët e fundit, po rritet konsensusi se rrjetet sociale janë në fakt një krijim *sui generis*, dhe se ekzistojnë shumë aspekte që i dallojnë ato nga burimet mediatike tradicionale dhe elektronike. Këto janë disa prej tyre:

- ♦ **Përmbajtja:** Në kontekstin e mediave tradicionale dhe elektronike, ato që krijojnë pjesën më të madhe të përmbajtjes janë organizatat e mediave dhe gazetarët profesionistë, ndërsa prodhimi i përmbajtjes në rrjetet sociale është i shpërndarë dhe janë kryesisht konsumatorët ata që mund ta krijojnë dhe ta shpërndajnë atë.
- ♦ **Politika editoriale:** Politika editoriale është njëra nga shtyllat e funksionimit dhe operimit të mediave. Nga ana tjetër, rrjeteve sociale, me përjashtim të përcaktimeve algoritmike nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, u mungojnë standardet e qarta të politikës editoriale dhe debati përqendrohet në nivelin e përgjegjësisë që duhet të mbajnë ato për përmbajtjen që prodhohet dhe ndahet me të tjerët në platformat e tyre.

⁶ Për shkak të këtyre mbivendosjeve midis mediave tradicionale dhe rrjeteve sociale, në të dy rastet gjen zbatim një numër standardesh, detyrimesh, parimesh dhe angazhimesh politike ndërkombëtare lidhur me lirinë e shprehjes dhe aksesin ndaj informacionit. Metodologjia e ODIHR-it për vëzhgimin e medias mund të gjendet tek Manuali për Monitorimin e Medias për Misionet e Vëzhgimit të Zgjedhjeve.

- ♦ **Punësimi:** Rrjetet sociale janë platforma me informacion shumë të përhapur, ku çdokush mund të marrë pjesë në bashkëbisedim, në kohë reale. Mediat tradicionale ngrihen mbi bazën e një hierarkie, ku informacioni përgjithësisht përcillet në një drejtim – nga burimi tek publiku i gjerë.
- ♦ **Multi-medialiteti:** Rrjetet sociale mundësojnë përdorimin e llojeve të ndryshme të përmbajtjes në një hapësirë dhe në të njëjtën kohë: tekst, foto ose grafikë, video dhe audio. Mediat tradicionale zakonisht janë më të ngushta në paraqitje, ndonëse edhe mediat elektronike mund të integrojnë mënyra të ndryshme komunikimi.
- ♦ **Koha:** Komunikimi në rrjetet sociale është i menjëhershëm, ndërsa mediat tradicionale operojnë përgjithësisht në afate të paracaktuara. Mediat elektronike janë më fleksibël, por ato, gjithashtu, priren që të jenë të kufizuara nga afate kohore, që ekzistojnë paraprakisht, ndërsa komunikimi në kohë reale është më shumë përjashtim sesa rregull.
- ♦ **Kostoja:** Për prodhimin e përmbajtjes, mediat tradicionale dhe elektronike priren që të kenë kosto që janë ndjeshëm më të larta sesa ato të rrjeteve sociale, duke përfshirë edhe burimet materiale dhe njerëzore që kërkojnë të ardhura që të vazhdojnë të funksionojnë.
- ♦ **Mbledhja e të dhënave personale:** Mediat tradicionale përdorin shpesh teknika të ndryshme për të parë se si vlerësohen ose sa popullaritet kanë programet e tyre si sondazhet ose mjetet metrike, që nganjëherë mund të mbledhin një sasi të caktuar të dhënash personale, një nga aspektet kryesore se si funksionojnë rrjetet sociale (dhe platforma të tjera me bazë internetin dhe mediat elektronike) është mbledhja e vazhdueshme e të dhënave personale nga përdoruesit e tyre. Lloji, sasia, përpunimi, përdorimi dhe tregtimi i të dhënave personale të përdoruesve, sidomos për qëllime zgjedhore, janë bërë ndër çështjet më të diskutueshme në funksionimin e rrjeteve sociale.

Duke pranuar ndryshimet në fushën e komunikimit masiv, **Këshilli i Evropës**, organizatë ndërqeveritare për të drejtat e njeriut, ku aderojnë 47 nga 57 shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së, ka hartuar **gjashtë kritere**, me qëllim që shtetet të arrijnë një lloj dakordësie sa i takon nocionit të medias dhe nëse rrjeteve sociale iu duhen dhënë të drejta të caktuara specifike që lidhen me mediat dhe përgjegjësi të caktuara në këtë drejtim.⁷ Në rekomandim vihet në dukje se “shkalla e përbushjes së këtyre kritereve na lejon të dallojmë nëse një shërbim i ri komunikimi përbën një media apo nëse ai do të jetë një indicie e kryerjes së veprimtarive të ndërmjetme apo ndihmëse në shërbimet mediatike.” Në Rekomandim thuhet më tej se “ndërmjetësit [...] mund të dallohen nga media pasi ato mund të përbushin kritere të caktuara [...], por zakonisht nuk përbushin disa prej kritereve bazë si kontrolli ose qëllimi editorial. Sidoqoftë, ndërmjetësit, shpeshherë, luajnë një rol thelbësor, që mund t’u japë atyre pushtet të konsiderueshëm sa i takon shkallës së shtrirjes dhe kontrollit apo mbikëqyrjes së përmbajtjes. Për rrjedhojë, [ata] mund të marrin lehtësisht një rol aktiv në proceset editoriale të komunikimit masiv. Për këtë arsye, shtetet anëtare duhet t’i shqyrtojnë ato me kujdes gjatë bërjes së politikave lidhur me mediat dhe duhet të tregohen veçanërisht të vëmendshëm ndaj detyrimeve të tyre pozitive dhe negative që burojnë nga neni 10 i Konventës Evropiane për të Drejtat e Njeriut.”

Kriteret (që në tekst jepen me shkronja të zeza), të cilat plotësohen nga një sërë indikatorësh (në kllapa) janë: (i) **synimi për të vepruar si media** (vetëetiketimi si media; metoda pune tipike për mediat; angazhimi ndaj standardeve profesionale të medias; përgatitjet praktike për komunikimin masiv); (ii) **qëllimi dhe objektivat thelbësore të medias** (prodhimi, bashkimi ose përhapja e përmbajtjes së medias; përdorimi i aplikacioneve ose platformave të projektuara për lehtësimin e komunikimit masiv ndëreveprues – për shembull, rrjetet sociale; nxitja dhe sigurimi i një hapësire për debat publik dhe dialog politik; të shprehurit dhe ndikimi tek opinioni publik; nxitja e vlerave; mundësimi i shqyrtimit të hollësishëm dhe rritja e transparencës dhe llogaridhënies; sigurimi i edukimit, zbavitjes dhe formimit kulturor dhe artistik; krijimi i vendeve të punës; gjenerimi i të ardhurave; realizimi i rinovimit periodik dhe përditësimit të përmbajtjes); (iii) **kontrolli editorial** (politika editoriale; procesi editorial; roli i moderatorit; stafi editorial); (iv) **Standardet profesionale** (angazhimi; procedurat e pajtueshmërisë; procedurat e ankimimit; vlerësimi i prerogativave, të drejtave ose privilegjeve); (v) **kontaktet dhe përhapja** (përhapja faktike; komunikimi masiv në tërësi; burimet për kontaktet); (vi) **pritshmëria e publikut** (disponueshmëria; pluralizmi dhe diversiteti; besueshmëria; respektimi i standardeve profesionale dhe etike; llogaridhënia dhe transparenca).

7 Shih Rekomandimin CM/Rec(2011)7 të Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës mbi nocionin e ri të medias.



2.

ANGAZHIMET E OSBE-SË DHE DETYRIME, STANDARDE DHE PARIME TË TJERA NDËRKOMBËTARE

Shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së nuk kanë ndërmarrë deri tani angazhime të specializuara sa i takon përdorimit të internetit dhe rrjeteve sociale në proceset zgjedhore. Sidoqoftë, dhjetëvjeçari i fundit ka shënuar një përpjekje të bashkërenduar të organizatave të ndryshme ndërkombëtare, duke përfshirë edhe Këshillin e Evropës, për hartimin e parimeve dhe standardeve bazë për përdorimin e teknologjive në zgjedhje. Fushata zgjedhore në rrjetet sociale duhet të respektojë të njëjtat kushte ashtu siç është rasti i fushatës tradicionale dhe, si pasojë, duhet të përmbushë të njëjtat detyrime,

angazhime dhe standarde që zbatohen për metoda të tjera të bërjes fushatë. Angazhimet e OSBE-së – për të cilat shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së kanë rënë dakord në Dokumentin e Kopenhagenit, të vitit 1990, dhe në vijim, angazhimet e OSBE-së dhe Vendimet e Ministrave – përcaktojnë parimet për zgjedhjet demokratike, pavarësisht metodës së fushatës që përdoret. Sipas këtyre parimeve, duhet që, përgjithësisht, fushata të zhvillohet në një mjedis të lirë dhe të drejtë, sa i takon lirive themelore, dhe shtetet duhet të sigurojnë kushtet e nevojshme që kandidatët të garojnë në kushte të barabarta.

Gjatë vlerësimit të legjislacionit dhe praktikës së bërjes fushatë në rrjetet sociale, duhet të merren në konsideratë këto detyrime, standarde, parime dhe angazhime, për të cilat shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së kanë nënshkruar dokumente të ndryshme ndërkombëtare:

1. Liria e shprehjes dhe e drejta e lirisë së mendimit pa ndërhyrje – një e drejtë themelore e njeriut, e pandashme nga një shoqëri demokratike, dhe në kontekstin e zgjedhjeve, siguron të drejtën që kandidatët të shprehin pikëpamjet e tyre dhe zgjedhësit të kenë akses ndaj informacioneve të ndryshme dhe të bëjnë zgjedhje të argumentuar.⁸ Një element thelbësor i kësaj lirie është e drejta e lirisë së mendimit pa ndërhyrje, që do të thotë që të gjithë qytetarët dhe shoqatat, përfshirë dhe partitë politike, duhet të jenë të lirë që të kenë pikëpamjet e veta dhe t'i përcjellin ato lirisht.⁹ Burimet shpjeguese vënë në dukje se “zgjedhësit duhet të kenë mundësi t'i krijojnë mendimet e tyre në mënyrë të pavarur, pa dhunë apo kërcënim dhune, shtrëngim, presion apo ndërhyrje manipuluese të ndonjë lloji.”¹⁰ Në të njëjtën kohë, liria e shprehjes ka disa kufizime. Ndër to përfshihet “çdo inkurajim i urrejtjes kombëtare, raciale ose fetare, që përbën nxitje për diskriminim, armiqësi ose dhunë.”¹¹

8 DUDNJ-ja dhe PNDCP-ja garantojnë të drejtën e lirisë së mendimit dhe shprehjes. Domosdoshmëria e tyre për çdo shoqëri demokratike është përsëritur më tej, në Komentet e Përgjithshme nr. 25 dhe 34 që ka bërë Këshilli për të Drejtat e Njeriut i Kombeve të Bashkuara. Liria e shprehjes mbrohet nga shumë marrëveshje të tjera, të tilla si: Konventa Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racial (KNEDR) dhe Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara (KDKPAK).

9 Shih nenin 19.1 të PNDCP-së. Si në Dokumentin e Kopenhagenit të OSBE-së, të vitit 1990, ashtu dhe në Konventën për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore (KMDNJLTH), të vitit 1995, e Komënuelthit të Shteteve të Pavarura (KSHP), respektivisht, në nenet 9.1 dhe 11(1), thuhet se çdokush ka të drejtën e lirisë së shprehjes dhe se kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit dhe lirinë për të marrë dhe dhënë informacione dhe ide, pa ndërhyrje nga ndonjë autoritet publik, dhe pavarësisht kufijve.

10 Shih Komentin e Përgjithshëm nr. 25 të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara (OKB).

11 Siç kufizohet në bazë të PNDCP-së. Përveç kësaj, kufizime të tjera mund të bëhen ndaj (1) respektimit të të drejtave ose reputacionit të të tjerëve; dhe (2) mbrojtjes së sigurisë kombëtare, të rendit publik, të shëndetit ose të moralit publik. Në të gjitha rastet, përpara vendosjes së një kufizimi ndaj të drejtave themelore, përfshirë dhe lirinë e shprehjes, duhet të përmbushen kriteret e të ashtuquajturit cilësim tri pjesësh i: ligjshmërisë, domosdoshmërisë dhe proporcionalitetit, në kuptimin që një kufizim (1) duhet të përcaktohet qartë me ligj, me mundësinë për t'u korrigjuar; (2) ai duhet të jetë qartas i përligjur për rrethanat përjashtimore të sipërpërmendura; dhe (3) duhet të jetë në përputhje me interesat që synon të mbrojë.

i. **Aksesi ndaj informacionit dhe internetit** – e drejta e lirisë së shprehjes është e lidhur ngushtësisht me ushtrimin e të drejtave të tjera, siç është aksesi ndaj informacionit.¹² Ndonëse ai nuk njihet ende si e drejtë e njeriut sipas të drejtës ndërkombëtare, Këshilli për të Drejtat e Njeriut i Kombeve të Bashkuara (KDNJ) i ka nxitur shtetet që të promovojnë aksesin universal në internet dhe të njohin të drejtat e njeriut në botën e kibernetikës.¹³ Aksesi në internet, si e drejtë themelore, është promovuar, gjithashtu, në disa Deklarata të Përbashkëta të OSBE-së dhe Kombeve të Bashkuara për lirinë e shprehjes dhe internetin.¹⁴ Në nivel kombëtar, disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së në legjislacionin vendas, e kanë njohur aksesin në internet si të drejtë themelore.¹⁵

ii. **Parimi i neutralitetit të rrjetit** – i lidhur në thelb me të drejtën e aksesit ndaj internetit, ky parim kërkon që i gjithë trafiku i të dhënave të trajtohet në mënyrë të barabartë.¹⁶ Neutraliteti i rrjetit do të thotë se përdoruesit e internetit duhet të kenë mundësinë që të përdorin çdo aplikacion ose të lejohen të hyjnë në çdo shërbim që zgjedhin, duke ua ndaluar operatorëve të rrjetit të menaxhojnë, të përcaktojnë prioritetet ose të diskriminojnë trafikun.¹⁷ Në bazë të parimit të neutralitetit të rrjetit në kontekstin e zgjedhjeve, ofruesit e shërbimit të internetit nuk duhet të bllokojnë, ngadalësojnë, zhvlerësojnë ose diskriminojnë asnjë lloj të veçantë përmbajtjeje në internet, në mënyrë të qëllimshme.

12 Shih Komentin e Përgjithshëm nr. 34 të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara.

13 Në rezolutat e Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara, gjatë periudhës 2012-2016, për promovimin, mbrojtjen dhe gëzimin e të drejtave të njeriut në internet thuhet “se duhet të mbrohen të njëjtat të drejta [...], në mënyrë të veçantë, lirinë e shprehjes, si në kushtet e mungesës së lidhjes me internetin, ashtu dhe përmes internetit”, dhe bëhet thirrje për “miratimin e politikave publike kombëtare lidhur me internetin, që kanë si objektivi aksesin universal dhe gëzimin e të drejtave të njeriut.”

14 Shih Deklaratat e Përbashkëta të OKB-së, OSBE-së dhe Organizatës së Shteteve Amerikane (OSHA) për: Lirinë e shprehjes dhe internetin (2011); Universalitetin dhe të drejtën e lirisë së shprehjes (2014); Lirinë e shprehjes, “lajmeve të rreme”, dezinformimin dhe propagandën (2017); Pavarësinë dhe diversitetin e medias në epokën dixhitale (2018); Sfidat ndaj lirisë së shprehjes në dhjetëvjeçarin e ardhshëm (2019) dhe Lirinë e shprehjes dhe zgjedhjet në epokën dixhitale (2020).

15 Në momentin kur u hartua ky Udhëzues, lista përfshinte: Estoninë, Finlandën, Francën, Greqinë dhe Spanjën.

16 Në rang ndërkombëtar, përkrahje për neutralitetin e rrjetit është shprehur në Deklaratën e Përbashkët të OKB-së, OSBE-së dhe OSHA-së, të vitit 2011, për lirinë e shprehjes dhe internetin. Komiteti i Ministrave të Këshillit të Evropës është shprehur se parimi i neutralitetit të rrjetit “përforcon ushtrimin dhe gëzimin plotësisht të së drejtës së lirisë së shprehjes”. Shih legjislacionin e BE-së, të vitit 2015, Komisionin Ndëramerikan për të Drejtat e Njeriut: Standardet për një Internet të Lirë, të Hapur dhe Gjithëpërfshirës, dhe Raportin e Përbashkët, të vitit 2019, të Komisionit të Venecias dhe të Drejtorisë së Shoqërisë së Informacionit dhe Veprimit kundër Krimit në Drejtorinë e Përgjithshme të të Drejtave të Njeriut dhe Sundimit të Ligjit (DGI), për Teknologjitë Dixhitale dhe Zgjedhjet. Shih gjithashtu, Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, e vitit 2017.

17 Shih OSBE, “Udhëzues për lirinë e medias në internet”, të vitit 2016, dhe Deklaratën e Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës për Neutralitetin e Rrjetit

2. Mosdiskriminimi – kërkon që të gjithë individët, pavarësisht nga raca, ngjyra, gjinia, gjuha, feja, opinioni politik ose ndonjë opinion tjetër, origjina kombëtare ose sociale, pasuria, statusi i lindjes ose status tjetër i tyre, të trajtohen në mënyrë të barabartë.¹⁸ Në kontekstin e zgjedhjeve dhe të fushatës zgjedhore përmes internetit, kjo lidhet kryesisht me përdorimin e gjuhës diskriminuese ndaj zgjedhësve ose kandidatëve, të cilët u përkaasin komuniteteve dhe grupeve të veçanta. Për më tepër, respektimi i këtij parimi duhet vlerësuar kundrejt praktikës negative të algoritmeve të disa kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale dhe programeve kompjuterike për kërkime në baza të dhënash, që diskriminojnë në mënyrë sistematike ose ulin nivelin e përmbajtjes dhe kërkojnë rezultate lidhur me grupe dhe komunitete të veçanta. Në Dokumentin e Kopenhagenit, të vitit 1990, shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së janë angazhuar që të sigurojnë kushte, në të cilat qytetarët lejohen që të “kërkojnë, pa diskriminim, post politik ose publik, si individë ose si përfaqësues të partive ose organizatave politike”.

3. Barazia e shanseve – kushtet e barabarta të konkurrencës janë pjesë thelbësore e konkurrencës së ndershme.¹⁹ Kuadri i fushatës zgjedhore, për bërjen e fushatës në mënyrë tradicionale ose përmes internetit, duhet të ofrojë mundësi që të gjithë kandidatët dhe aktorët e tjerë të njohur ligjërisht, t'i shprehin lirisht pikëpamjet e tyre mbi baza të barabarta dhe pa kufizime të paligjshme. Të gjithë kandidatët në zgjedhje duhet të kenë të njëjtat mundësi për të paraqitur kandidaturat e tyre, duhet t'u nënshtrohen të njëjtave rregulla sa i takon përdorimit të hapësirës përmes internetit për të bërë fushatë dhe të kenë të njëjtin akses në rrjetet sociale. Në Dokumentin e Kopenhagenit, të vitit 1990, në disa angazhime të OSBE-së kërkohet në mënyrë të përcaktuar qartë trajtim i barabartë dhe mundësi të drejta për konkurrencë, përfshirë paragrafët 7.6 dhe 7.7.²⁰

18 E drejta ndërkombëtare parashtron se të gjithë duhet të trajtohen si të barabartë përpara ligjit dhe të gëzojnë mbrojtje të barabartë nga ligji. Shih KNEDR-në; KDKPAK-un; PNDKCP-në dhe Komentin e Përgjithshëm nr. 28; KADNJ-në e OSHA-së; KDTH-në e BE-së; KDNJ-në e KSHP-së.

19 Shih gjithashtu, PNDKCP-ën; KDKPAK-në; KADNJ-në; KDTH-në; KDNJ-në e KSHP-së; Komentin e Përgjithshëm nr. 25; Rekomandimin e Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës për Financimin e Partive Politike 1516(2001), të vitit 2001, dhe Kodin e Praktikave më të Mira në Çështjet Zgjedhore, të vitit 2002. Për garantimin e zgjedhjeve të drejta, Neni 10 i Konventës së KSHP-së për Standardet e Zgjedhjeve Demokratike, të Drejtën e Votës dhe Liritë në shtetet anëtare të Komënuelthit të Shteteve të Pavarura kërkon që të sigurohen “shanse të barabarta për çdo kandidat apo çdo parti (koalicion) politike që të marrë pjesë në fushatën zgjedhore, përfshirë aksesin në mjetet e komunikimit masiv dhe mjetet e telekomunikacioneve”.

20 Në paragrafin 7.6 të Dokumentit të Kopenhagenit të OSBE-së, të vitit 1990, shtetet pjesëmarrëse janë angazhuar për t'u “dhënë partive dhe organizatave politike garancitë e nevojshme ligjore, me qëllim që ato të kenë mundësi të konkurrojnë me njëra-tjetrën mbi bazën e trajtimit të barabartë përpara ligjit dhe nga autoritetet”, dhe në paragrafin 7.7: “të lejojnë që fushatat politike të zhvillohen në një atmosferë të lirë e të drejtë, në të cilën as aktet administrative, dhuna dhe as frikësimi të mos i ndalojnë partitë dhe kandidatët që t'i paraqesin lirisht pikëpamjet dhe cilësitë e tyre, ose të mos i pengojnë zgjedhësit që t'i mësojnë dhe të diskutojnë për to”.

4. Parimi i transparencës – përbën thelbin e vlerësimeve të financimit të politikanëve dhe të fushatës.²¹ Për këtë arsye, ky parim është një element kryesor, kur bëhet fjalë për vëzhgimin e fushatave, veçanërisht sa i takon bërjes publike të burimeve të financimit dhe shumave të shpenzuara përmes internetit nga kandidatët në zgjedhje, partitë politike dhe palë të treta. Në kontekstin e rrjeteve sociale, parimi i transparencës është gjithashtu i rëndësishëm gjatë menaxhimit të përmbajtjes në internet (për shembull, si promovohet, zhvlerësohet ose hiqet një lloj i caktuar përmbajtjeje nga një platformë e caktuar). Zbatimi i parimit të transparencës mbetet një sfidë dhe, shpeshherë, mund të kufizohet për shkak të natyrës ndërshtetërore dhe të decentralizuar të rrjeteve sociale, mundësisë së përdoruesve të rrjeteve për të mbetur anonimë dhe mekanizmave të kufizuara të respektimit të këtij parimi.²²

5. Mbrojtja e të dhënave – kohët e fundit është bërë një parim themelor gjatë diskutimit publik për ndikimin që kanë rrjetet sociale në zhvillimet politike dhe zgjedhore. Kompanitë private (platformat kryesore të teknologjisë dixhitale, ndërmjetësit e informacionit, por edhe kandidatët në zgjedhje) përpunojnë sasi të mëdha të dhënash personale të mbledhura nga sondazhet, arkivat, aktivitetet përmes internetit, burimet tregtare dhe mjete të tjera. Këto shpeshherë përdoren për bërjen e fushatave të synuara, bërjen e reklamave, dërgimin e mesazheve të drejtpërdrejta dhe për vlerësimin e preferencave të zgjedhësve. E drejta ndërkombëtare parashikon mbrojtjen nga “kufizimi arbitrar i kundërligjshëm i [...] privatësisë, familjes, shtëpisë ose korrespondencës” dhe detyron shtetet të “bëjnë kujdes që informacioni për jetën private të personit, të mos bjerë në duar të personave, të cilët nuk janë të autorizuar me ligj që ta marrin, ta përpunojnë dhe ta përdorin atë.”²³ Mbrojtja e kësaj të drejte sanksionohet edhe në shumë instrumente rajonale, përfshirë Dokumentin e Kopenhagenit të OSBE-së, të vitit 1990.²⁴ E drejta e

21 Në Konventën e Kombeve të Bashkuara kundër Korrupsionit (KKBKK), të viti 2003, thuhet se secili shtet palë merr parasysh, gjithashtu, marrjen e masave të përshtatshme për “të rritur transparencën në financimin e kandidatëve për postin e zgjedhur publik”. Standarde të tjera ndërkombëtare përfshihen në Rekomandimin (2003)4 të Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës për shtetet anëtare dhe Rekomandimin 1516 (2001) të Asamblesë Parlamentare të Këshillit të Evropës (APKE). Shih gjithashtu, nenet 7 dhe 12 të Konventës së KSHIP-së për Standardet e Zgjedhjeve Demokratike, të Drejtën e Votës dhe Liritë në shtetet anëtare të Komënuelthit të Shteteve të Pavarura.

22 Mungesa e transparencës është cituar si mangësia kryesore në menaxhimin dhe rregullimin e përmbajtjes nga ana e kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale. Shih Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, të vitit 2019. Shih gjithashtu, Deklaratën e Përbashkët të OKB-së, OSBE-së dhe OSHA-së, të vitit 2011.

23 Shih PNDKP-në dhe Komentin e Përgjithshëm nr. 16 të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara.

24 Dokumenti i Kopenhagenit i OSBE-së, i vitit 1990, kërkon që shtetet të sigurojnë akses ndaj informacionit dhe mbrojtjen e privatësisë.

privatësisë gjen njëlloj zbatim në fushën e internetit, ndërsa, në një numër instrumentesh, kërkohet rritja e mbrojtjes së të dhënave në internet.²⁵

6. Liria e tubimit dhe liria e organizimit – mbrohen nga DUDNJ-ja dhe PNDKP-ja, si dhe nga Dokumenti i Kopenhagenit i OSBE-së, i vitit 1990.²⁶ Organizma të tjerë rajonale, të tillë si: Këshilli i Evropës dhe Konventa e tij Evropiane për të Drejtat e Njeriut (KEDNJ) apo KSHP-ja e Komënuelthit të Shteteve të Pavarura (KSHP), gjithashtu mbrojnë ose garantojnë liritë e tubimit paqësor dhe organizimit.²⁷ Teknologjitë dixhitale kanë krijuar mundësi të reja për gëzimin e këtyre lirive dhe kanë zgjeruar shumë kapacitetet e individëve, lëvizjeve politike dhe grupeve të shoqërisë civile për t'u organizuar dhe mobilizuar, për t'u lidhur me grupe të tjera dhe për të bashkërenduar veprimtaritë e tyre, si dhe për t'u mbledhur në një mjedis interneti, pa kufizim të paligjshëm fizik nga palë të treta ose qeveritë.²⁸ Si Asambleja e Përgjithshme e Kombeve të Bashkuara, ashtu dhe Këshilli për të Drejtat e Njeriut i Kombeve të Bashkuara kanë theksuar detyrimin e shteteve për mbrojtjen e lirisë së tubimit dhe organizimit përmes internetit.²⁹ Këshilli për të Drejtat e Njeriut i Kombeve të Bashkuara ka pranuar se, ndonëse tubimi, “përgjithësisht, është kuptuar si grumbullim fizik i njerëzve, masat për mbrojtjen e të drejtave të njeriut, përfshirë dhe ato për lirinë e tubimit, mund të gjejnë zbatim për ndërveprime analoge, që ndodhin përmes internetit.”³⁰

25 Shih Rezolutën e Asamblesë së Përgjithshme për të drejtën e privatësisë në epokën dixhitale, Konventën 108 të Këshillit të Evropës për mbrojtjen e individëve lidhur me përpunimin automatik të të dhënave personale; Rekomandimin (20012)/4 të Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës për mbrojtjen e të drejtave të njeriut në shërbimet e rrjeteve sociale dhe Rekomandimin (2016)/5 për lirinë e internetit.

26 Në Dokumentin e Kopenhagenit të OSBE-së, të vitit 1990, shtetet pjesëmarrëse u angazhuan për mbrojtjen e lirive themelore, që janë thelbësore për zhvillimin e zgjedhjeve demokratike, përfshirë dhe tubimin paqësor (paragrafi 9.2) dhe organizimin (paragrafi 9.3). Më tej, paragrafi 7.6 parashikon [respektimin e] “të drejtës së individëve dhe grupeve për të krijuar [...] partitë e tyre politike”, ndërsa paragrafi 7.7 garanton [për të mundësuar] që fushatat politike “të zhvillohen në një atmosferë të lirë dhe të drejtë”, në të cilën “as dhuna dhe as frikësimi të mos i ndalojnë partitë dhe kandidatët që t'i paraqesin lirisht pikëpamjet dhe cilësitë e tyre, ose të mos pengojnë zgjedhësit që t'i mësojnë dhe të diskutojnë për to, apo që ta hedhin votën e tyre pa frikën e ndëshkimit”.

27 Shih nenin 11 të KEDNJ-së dhe nenin 12 të Kartës së të Drejtave Themelore të Bashkimit Evropian (KDH), të vitit 2000. Shih gjithashtu, nenin 12 të KMDNJLTH-së të KSHP-së.

28 Shih Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, të vitit 2019, dhe Raportin për Kodimin dhe Anonimitetin, të vitit 2018.

29 Shih Rezolutën e Asamblesë së Përgjithshme të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtave të njeriut dhe lirive themelore, përfshirë të drejtat e tubimit paqësor dhe lirisë së organizimit; dhe Rezolutën e KDNJ-së së Kombeve të Bashkuara për promovimin, mbrojtjen dhe gëzimin e të drejtave të njeriut përmes internetit.

30 Shih Rezolutën e KDNJ-së së Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtave të njeriut në kontekstin e protestave paqësore.

7. E drejta për rrugëzgjdhje efektive – në kontekstin e zgjedhjeve, kërkon që shtetet të vendosin rregulla dhe procedura që zgjedhësit, kandidatët dhe aktorët e tjerë në zgjedhje, të kenë mundësi të kundërshtojnë shkeljet e të drejtave të tyre lidhur me zgjedhjet, përmes një sistemi efikas të zgjidhjes së mosmarrëveshjeve.³¹ Në kontekstin e fushatës zgjedhore përmes internetit, kjo e drejtë kërkon që organizmat përgjegjës për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve në zgjedhje, të garantojnë rrugëzgjdhjet efektive dhe në kohën e duhur lidhur me shkeljet përmes internetit të të drejtave të votuesve, kandidatëve ose aktorëve të tjerë në zgjedhje, përfshirë shkeljet nga rrjetet sociale dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, të tilla si: çështjet lidhur me menaxhimin dhe heqjen e përmbajtjes, mbrojtjen e të dhënave ose bërjen e reklamave politike gjatë fushatës zgjedhore.

Të rëndësishme për zbatimin dhe respektimin e lirive dhe të drejtave të sipërpërmendura, në kontekstin e bërjes së fushatave zgjedhore në rrjetet sociale, në zotërim të disa kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale, janë **Parimet Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara për Biznesin dhe të Drejtat e Njeriut**. Dokumenti shtjellon zbatimin e të drejtave të njeriut në punën e korporatave ndërshtetërore dhe ndërmarrjeve të tjera të biznesit dhe parashtron tri kategori të përgjithshme parimesh: (i) detyrimet ekzistuese që shtetet anëtare të respektojnë, mbrojnë dhe përmbushin të drejtat e njeriut dhe liritë themelore; (ii) roli i ndërmarrjeve të biznesit si organe të specializuara të shoqërisë, që kryejnë funksione të specializuara, të nevojshme për zbatimin e të gjithë ligjeve në fuqi dhe respektimin e të drejtave të njeriut; dhe (iii) nevoja që, kur shkelen, të drejtat dhe detyrimet të përkojnë me rrugëzgjdhjet e përshtatshme dhe efektive për zbatimin e tyre. Lidhur me këto parime, në dokument thuhet se “ligjet [duhet] të synojnë ose të kenë efekt detyrues ndaj ndërmarrjeve të biznesit që të respektojnë të drejtat e njeriut” dhe se “ndërmarrjet e biznesit duhet të respektojnë të drejtat e njeriut”.³²

31 Shih nenin 2.3 të PNDCP-së; nenin 13 të KEDNJ-së; paragrafin 5.10 të Dokumentit të Kopenhagenit të OSBE-së, të vitit 1990, dhe nenin 6 të KMDNJLTH-së të KSHP-së.

32 Shih [UN Guiding Principles on Business and Human Rights](#) të vitit 2011.



3.

TIPARET E PËRGJITHSHME TË FUSHATAVE ZGJEDHORE NË RRJETET SOCIALE

Bërja e fushatave në rrjetet sociale, shpeshherë, është vetëm një nga metodat, që përdoren në fushatat zgjedhore, në përgjithësi. Sasia shumë e madhe e informacionit në rrjetet sociale dhe sfidat që burojnë nga natyra e tyre globale dhe e decentralizuar, e bëjnë monitorimin e plotë jopraktik dhe të parealizueshëm. Ndërsa qasja e ODIHR-it ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të bërjes së fushatave përmes internetit, shtjellohet në kapitullin e ardhshëm, bazuar në qasjet e shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së dhe të organizatave të tjera ndërqeveritare ndaj rregullimit ose trajtimit të bërjes së fushatave në

rrjetet sociale, ky kapitull bën një përmbledhje të këtyre karakteristikave kryesore:

1. Përmbajtja dhe aktiviteti përmes internetit;
2. Bërja e reklamave dixhitale politike gjatë fushatës; dhe
3. Rregullat për mbrojtjen e të dhënave të zgjedhësve.³³

3.1 PËRMBAJTJA DHE AKTIVITETI

Përmbajtje e gjeneruar nga përdoruesit (ose e krijuar nga përdoruesit) konsiderohet çdo përmbajtje, e tillë si: tekst, regjistrim zanor, video, imazh ose përzierje e të gjithave, që krijohet nga një individ ose grup përdoruesish të rrjeteve sociale. Për shkak të natyrës së saj “organike”, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale dhe shumë shtete e organizata ndërkombëtare e trajtojnë këtë lloj përmbajtjeje ndryshe nga përmbajtja e krijuar nga markat tregtare, dhe nga përmbajtja e krijuar kohët e fundit nga partitë politike, kandidatët në zgjedhje, institucionet dhe organizatat e shoqërisë civile. Një lloj i tretë përmbajtjeje, që është i ndryshëm nga dy kategoritë e mëparshme, është përmbajtja e krijuar nga të ashtuquajturit influencues të rrjeteve sociale.³⁴

Në rajonin e OSBE-së, bëhen përpjekje të shumta në nivel kombëtar dhe ndër-kombëtar lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen dhe aktivitetin përmes internetit, përfshirë dhe gjatë periudhave zgjedhore. Ndërsa bëjnë këto përpjekje, shtetet pjesëmarrëse duhet të mbajnë parasysh elementet e nevojshëm për mbrojtjen e të drejtës së lirisë së shprehjes dhe të të drejtave të tjera themelore. Përveç perceptimit të saj konvencional, si një e drejtë për të tatur dhe shprehur pikëpamje të ndryshme politike, që është shumë e rëndësishme për zhvillimin lirisht të fushatave zgjedhore, liria e shprehjes nganjëherë mund të përfshijë ose të lidhet me fjalën, që mund të konsiderohet si thellësisht fyese, dhe me informacionin apo idetë, që mund të fyejnë, tronditin ose shqetësojnë.³⁵

33 *Përmbajtja në internet* lidhur me fushatat dhe çdo kufizim i vendosur ndaj saj, lidhen ngushtë me lirinë e shprehjes, të drejtën e aksesit në internet, mosdiskriminimin dhe parimin e transparencës dhe të neutralitetit të rrjetit; *bërja e reklamave politike gjatë fushatës* lidhet kryesisht me parimet e transparencës, barazisë së shanseve dhe mosdiskriminimit; aspekti i *mbrojtjes së të dhënave* lidhet me të drejtën e privatësisë dhe transparencën.

34 “Influencuesi” në rrjetet sociale, në kontekstin e zgjedhjeve, është një person apo zotërues i një llogarie që përhap në mënyrë aktive, përmbajtje politike dhe ka aftësinë që të ndikojë tek zgjedhës të caktuar apo kategori zgjedhësish, kur bëhet fjalë për formimin e një opinionit dhe bërjes së një zgjedhjeje. Ndërsa është kryesisht aktiv në botën tregtare, fenomeni i “influencuesve” po bëhet gjithnjë e më i rëndësishëm në komunikimet politike gjatë zgjedhjeve, në rrjetet sociale.

35 Shih Komentin e Përgjithshëm nr. 34 dhe Memorandumin Shpjegues të Gjykatës Evropiane të të Drejtave të Njeriut (GJEDNJ) për Lirinë e Shprehjes dhe të Drejtën e Informimit.

Për lirinë e shprehjes mund të vendosen nganjëherë disa kufizime, por vetëm në përputhje me detyrimet dhe standardet ndërkombëtare, dhe kur të shprehurit përfshin nxitje të dhunës, armiqësisë, urrejtjes, diskriminimit ose të llojeve të tjera të retorikës tejet agresive ose të papajtueshme, dhe parregullsi të informacionit.³⁶ Lidhur me përcaktimin e rregullave dhe kufizimet e lirisë së shprehjes dhe mendimit në internet, KDNJ-ja e Kombeve të Bashkuara është shprehur se janë të lejueshme vetëm kufizimet ndaj një përmbajtjeje së caktuar, kufizime këto që përputhen me mbrojtjen dhe promovimin e të drejtave të njeriut, dhe këtu përjashtohen ndalimet e përgjithshme.³⁷ Në rajonin e OSBE-së, praktika ka treguar se shtetet pjesëmarrëse synojnë të rregullojnë a të kufizojnë tri kategori të përgjithshme përmbajtjeje dhe gjuhe që:

- Përmban elemente të nxitjes së urrejtjes ose dhunës;
- Është e papajtueshme, agresive ose fyese; dhe kohët e fundit
- Ka karakter manipulues me synimin për të dëmtuar, apo që shpeshherë quhet “dezinformim”.³⁸

Ndërsa rastet e gjuhës, që përmban elementet e mësipërme, janë të pranishëm dhe vazhdojnë pas periudhave zgjedhore, ato intensifikohen veçanërisht gjatë fushatave zgjedhore. Përdorimi i gjuhës së këtij lloji mund të ketë ndikim negativ tek zgjedhësit, qoftë për t’ua kthyer mendjen që të mos marrin pjesë në zgjedhje, apo për të ndikuar tek e drejta e tyre për të krijuar mendimin e tyre për çështje të ndryshme politike, pa kufizim apo informim të rremë lidhur me disa aspekte teknike dhe faktike të procesit zgjedhor, duke ulur kështu në thelb besimin e publikut në procesin e përgjithshëm politik dhe zgjedhor.

Sfidat kryesore, me të cilat përballen shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së në debatin lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen në internet dhe ndikimin e saj në liritë themelore, veçanërisht lirinë e shprehjes, kanë të bëjnë me *mungesën e përkufizimeve të përbashkëta dhe të kuptuarit* e koncepteve bazë, të tilla si: nxitja, urrejtja ose “dezinformimi”, si dhe lidhur me

36 Për më tepër, siç parashikohet në PNDPC, një kufizim duhet të përmbushë cilësimin tri pjesësh të ligjshmërisë, domosdoshmërisë dhe proporcionalitetit.

37 Shih Komentin e Përgjithshëm nr. 34. Në një Raport për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, të vitit 2011, Raportuesi Special i Kombeve të Bashkuara ka njohur se “masat bllokuese përbëjnë një mjet të panevojshëm ose të shpërpjesëtuar për arritjen e qëllimit të supozuar, pasi ato, shpeshherë, nuk shënjestrohen mjaftueshëm dhe e bëjnë një pjesë të madhe të përmbajtjes të paarrtshme, përveç asaj, që është gjykuar e paligjshme.”

38 Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias (PLM) është ngarkuar nga shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së që, në rast mospërputhjes serioze sa i takon medias së lirë dhe lirisë së shprehjes, të bëjë njoftime të hershme dhe të reagojë me shpejtësi. Ndonëse menaxhimi i përmbajtjes së medias nuk është në fokusin e mandatit të PLM-së së OSBE-së, këto çështje mund të jenë shqetësuese për një sërë arsyesh, dhe prandaj, PLM-ja ka bërë një sërë deklarimesh dhe raportesh. Shih faqet e internetit të OSBE-së.

rolin dhe përgjegjësini e rrjeteve sociale (ose kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale si pronare të tyre) në përhapjen e përmbajtjes. Përveç këtyre shqetësimeve, ka patur disa kritika edhe lidhur me praktikën kontradiktore juridike, madje brenda të njëjtave juridiksione. Është me rëndësi të mbahet parasysh se praktika ka treguar që interpretimi i kuptimit të këtyre koncepteve dhe ndikimi apo përgjegjësia e rrjeteve sociale janë objekt i proceseve të gjata gjyqësore, në të cilat përfshihen një tërësi aktorësh dhe vendimet merren rast pas rasti.³⁹

Në kushtet e mungesës së dakordësisë, vëzhguesit e ODIHR-it nuk duhet të bëjnë përcaktime dhe klasifikime, apo të karakterizojnë ngjarje ose veprimtari të caktuara, të vëzhguara brenda këtyre koncepteve. Vëzhguesit e ODIHR-it duhet t'i përqendrojnë përpjekjet në vlerësimin e ndikimit të këtyre praktikave abuzive në procesin zgjedhor dhe vlerësimi duhet bazuar në detyrimet, standardet, parimet dhe angazhimet ndërkombëtare përkatëse për zgjedhje demokratike.

Në vijim të dy vendimeve thelbësore, Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut (GJEDNJ) hartoi dhe tani zbaton pesë kritere në shqyrtimin e çështjeve për përgjegjësini e ndërmjetësve sa i takon përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesit: (i) konteksti dhe përmbajtja e komenteve të kontestuara; (ii) përgjegjësia e autorëve të komenteve; (iii) masat e marra nga operatorët e faqeve të internetit dhe sjellja e palës së dëmtuar; (iv) pasojat e komenteve për palën e dëmtuar; dhe (v) pasojat për aplikantët. Në çështjen “Delphi AS kundër Estonisë” GJEDNJ-ja e shpalli ndërmjetësin në fjalë përgjegjës për shkak të natyrës ekstreme të përmbajtjes së gjeneruar nga përdoruesi dhe vendosi që ndërmjetësit të mbajnë përgjegjësi, veçanërisht në rastet që nënkuptojnë nxitje të dhunës ose të “gjuhës së urrejtjes”, duke theksuar karakterin profesional dhe komercial të platformave të lajmeve. Në çështjen “**Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete (MTE) dhe Index.hu Zrt kundër Hungarisë**”, që përfshinte fyerje dhe komente vulgare, por nuk lidhej me ndonjë formë të “gjuhës së urrejtjes”, as me kërcënime të drejtpërdrejta kundër individëve, GJEDNJ-ja konfirmoi se portalet e lajmeve, në parim, duhet të marrin përsipër detyrime dhe përgjegjësi; sidoqoftë, për shkak të natyrës së posaçme të internetit, këto detyrime dhe përgjegjësi mund të ndryshojnë në njëfarë mase nga ato të botuesit tradicional, veçanërisht sa i takon përmbajtjes së palëve të treta. Më e rëndësishmja, GJEDNJ-ja deklaroi se, përcaktimi i një përgjegjësie objektive të faqeve të internetit, thjesht pse kanë lejuar komente të pafiltruara, që mund të jenë në shkelje të ligjit, do të kërkonte “një parashikim të tepërt dhe të pazbatueshëm, të aftë që të cenojë lirinë e të drejtës për të dhënë informacione në internet” dhe shqyrtoi pasojat negative për ndërmjetësit nëse konsiderohen përgjegjës për komentet e bëra nga palë të treta.⁴⁰

39 Shih bankën e të dhënave të Gjykatës Evropiane të të Drejtave të Njeriut (GJEDNJ) për gjuhën e urrejtjes.

40 GJEDNJ-ja, më tej, ka vënë në dukje se “një përgjegjësi e tillë mund të ketë pasojë negative të parashikueshme për mjedisin e komenteve të një portali të internetit [...] Për Gjykatën, këto pasojë mund të prodhojnë, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose jo, një efekt frenues ndaj lirisë së shprehjes në internet.”

a. Nxitja e urrejtjes, armiqësisë ose dhunës

Në shkallë botërore, marrëveshjet ndërkombëtare e ndalojnë *nxitjen* e urrejtjes, diskriminimit, armiqësisë dhe dhunës, por mungon konsensusi sa i takon kuptimit dhe përcaktimit të qartë të konceptit të “gjuhës së urrejtjes”.⁴¹ Sidoqoftë, në nivel rajonal, organizata, të tilla si: Këshilli i Evropës, kanë dhënë një përcaktim për këtë koncept.⁴² Në rajonet e OSBE-së, shumë ligje të brendshme, përgjithësisht, mbeten të paqarta dhe nuk përcaktojnë terma kryesore, të tilla si: “urrejtje” apo “nxitje”; interpretimet tejet të gjera se në çfarë konsiston “gjuha e urrejtjes” mund të krijojnë mundësi për kufizime të gjuhës për qëllime të kundërligjshme.⁴³

Mungesa e përkufizimeve të qarta shkakton miratimin dhe zbatimin kontraktik të rregulloreve në rajonin e OSBE-së. Sidoqoftë, të vetëdijshme se përhapja e këtyre çështjeve cenon jetën publike, shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së “kanë vendosur që të mbajnë qëndrime të forta publike kundër gjuhës së urrejtjes dhe shfaqjeve të tjera të nacionalizmit agresiv, racizmit, shovinizmit, ksenofobisë, antisemitizmit dhe ekstremizmit të dhunshëm, si dhe rasteve të diskriminimit për shkak të fesë ose bindjeve”, dhe “të pranojnë domosdoshmërinë e luftës kundër krimeve të urrejtjes, që mund të nxiten nga propaganda raciste, ksenofobe dhe antisemite në internet”.⁴⁴ Ndërsa shumica e shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së ka ligje që kufizojnë forma të caktuara të shprehjes, “midis ligjeve të vendeve të ndryshme mbi gjuhën e urrejtjes ekzistojnë dallime të tejskajshme [dhe] kritika e zakonshme, që bëhet për ligjet mbi krimet për shkak të urrejtjes, është se ato cenojnë lirinë e shprehjes ose ndëshkojnë opinionet a qëndrimet më shumë sesa veprimet”.⁴⁵

41 Shih PNDPC-në, që i detyron shtetet të ndalojnë “thirrjen për urrejtje kombëtare, raciale ose fetare, që përbën nxitje për diskriminim, armiqësi ose dhunë,” dhe “të gjithë propagandën për luftë”.

42 Komiteti i Ministrave i Këshillit të Evropës është shprehur se termi “gjuhë e urrejtjes” mbulon të gjithë format e shprehjes, që përhapin, nxisin, promovojnë ose përligjin urrejtjen raciale, ksenofobinë, antisemitizmin apo forma të tjera të urrejtjes, që e kanë bazën tek intoleranca, përfshirë dhe intolerancën e shprehur nga nacionalizmi agresiv dhe etnocentrizmi, diskriminimi dhe armiqësia kundër pakicave, emigrantëve dhe personave me origjinë emigrantësh. Shih faqet e internetit të Këshillit të Evropës për “gjuhën e urrejtjes”.

43 KNEDR-ja është një traktat që trajton shprehimisht format e shprehjes, të cilat mund të interpretohen si “gjuhë e urrejtjes”. Sipas KNEDR-së, ndonëse mund të ekzistojnë disa ndalime, shtetet nuk janë të detyruara që të penalizojë “gjuhën e urrejtjes”. Në vitin 2013, Komiteti për Eliminimin e Diskriminimit Racial, organ i ekspertëve që monitoron KNEDR-në, sqaroi në Komentin e vet të Përgjithshëm nr. 35 se penalizimi “duhet të rezervohet për rastet e rënda, të vërtetuara me prova të mjaftueshme, ndërsa rastet më pak të rënda duhet të trajtohen me mjete të tjera, përveç legjisllacionit penal, duke marrë në konsideratë, ndër të tjera, natyrën dhe shtrirjen e ndikimit tek personat dhe grupet e synuara.”

44 Shih Vendimin e Këshillit të Ministrave 10/06 në Porto dhe Vendimin e Këshillit të Ministrave 04/03 në Mاستriht.

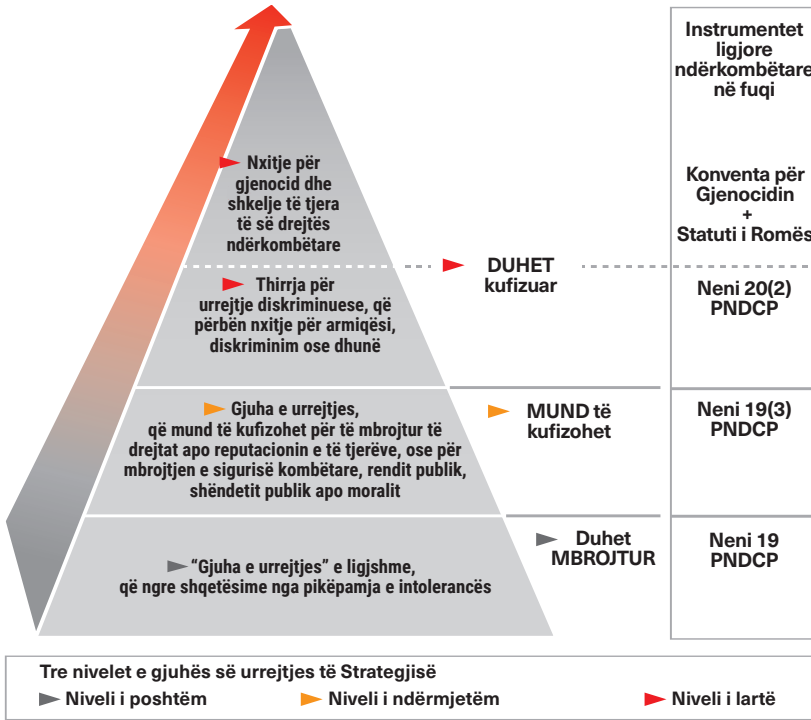
45 Shih dokumentin zyrtar të PLM-së “Mbi propagandën dhe lirinë e shprehjes”, të vitit 2015, dhe botimin e ODIHR-it “Ligjet mbi krimet për shkak të urrejtjes: udhëzues praktik”, të vitit 2009.

Strategjia dhe Plani i Veprimit të Kombeve të Bashkuara për Gjuhën e Urrejtjes trajton tri kategori të niveleve të shprehjes së ligjshme dhe të paligjshme.⁴⁶ Në *nivelin e lartë* janë “nxitja e drejtpërdrejtë dhe publike për gjenocid” dhe “thirrja për urrejtje kombëtare, raciale ose fetare, që përbën nxitje për diskriminim, armiqësi ose dhunë”, që ndalohen sipas të drejtës ndërkombëtare. Në *nivelin e ndërmjetëm*, mund të ndalohen disa forma të “gjuhës së urrejtjes”, por vetëm nëse kufizimet parashikohen me ligj, ndjekin një qëllim legjitim (p.sh.: respektimin e të drejtave të të tjerëve apo mbrojtjen e rendit publik) dhe janë të domosdoshme dhe proporcionale. Në *nivelin e poshtëm*, nuk duhet vendosur asnjë kufizim ligjor për përhapjen e shprehjeve të ligjshme, që janë, për shembull, fyese, tronditëse ose shqetësuese. (Shih më poshtë Piramidën e Gjuhës së Urrejtjes të krijuar nga Article 19.) Strategjia përcakton gjithashtu, qasjen dhe reagimet e OKB-së ndaj rasteve të “gjuhës së urrejtjes”, që duhet të vlerësohet mbi bazën e gjashtë kritereve, të përcaktuara në cilësimin e testit të pragut të Rabatit.⁴⁷ Gjatë zbatimit të Strategjisë, vë në dukje OKB-ja: a. duhet penalizuar vetëm nxitja për diskriminim, armiqësi ose dhunë, që përmbush të gjashtë kriteret; b. forma më pak të rënda të nxitjes ose “gjuhës së urrejtjes” (d.m.th., që nuk i përmbushin të gjashtë kriteret) duhet të kufizohen përmes ndëshkimeve civile ose administrative bazuar në ligj, ose reagime të politikës publike; dhe c. dënimi nga publiku i gjuhës së urrejtjes, llogaridhënia për sulmet ndaj atyre që ushtrojnë të drejtën e lirisë së shprehjes, dhe përshpejtimi i masave të politikës publike për promovimin e diversitetit, mund të jenë veçanërisht të rëndësishme, menjëherë pas një incidenti të gjuhës së urrejtjes ose nxitjes së saj, si dhe kur përshkallëzohen tensionet në një shoqëri.

46 Shih Strategjinë dhe Planin e Veprimit të Kombeve të Bashkuara kundër Gjuhës së Urrejtjes, të vitit 2020.

47 Plani i Veprimit të Rabatit, nismë e Zyrës së Komisionerit të Lartë të Kombeve të Bashkuara për të Drejtat e Njeriut, për ndalimin e thirrjes për urrejtje kombëtare, raciale ose fetare, që përbën nxitje për diskriminim, armiqësi ose dhunë, sugjeron një prag të lartë për përkufizimin e kufizimeve ndaj lirisë së shprehjes dhe nxitjes për urrejtje, si dhe për zbatimin e nenit 20 të PNDKP-së. Ky plan jep një përshkrim të kritereve të një cilësimi prej gjashtë pjesësh, që duhen përmbushur, me qëllim që një deklaram të përbëjë vepër penale: (i) konteksti social dhe politik, (ii) statusi i folësit, (iii) synimi për ta nxitur audiencën kundër një grupi të synuar, (iv) përmbajtja dhe forma e gjuhës, (v) shkalla e përhapjes; dhe (vi) gjasat për të shkaktuar dëm, përfshirë dhe afërsinë në kohë.

Piramida e gjuhës së urrejtjes krijuar nga *Article 19*.⁴⁸



Me krijimin e rrjeteve sociale, përdorimi i formave të ndryshme të përmbajtjes vulgare, të dëmshme, armiqësore dhe madje të paligjshme, u bë shumë i dukshëm, veçanërisht gjatë periudhave zgjedhore. Sipas të drejtës ndërkombëtare, masa ekstreme, të tilla si: politikat e bllokimit, mbyllja e internetit apo penalizimi i disidencës politike përmes internetit, duhen aplikuar vetëm në raste të jashtëzakonshme të përmbajtjes ose gjuhës haptas të kundërligjshme, të pambrojtur nga e drejta e lirisë së shprehjes.⁴⁹ Në të gjithë rastet e tjera, duhen përdorur mjete alternative, të tilla si: edukimi, kundërpërgjigjja me narrativë alternative dhe promovimi i pluralizmit.⁵⁰

48 *Article 19* është një organizatë ndërkombëtare për të drejtat e njeriut, që punon për çështje të lirisë së shprehjes dhe aksesit ndaj informacionit. Shih *Article 19*, “Gjuha e urrejtjes’ e shpjeguar: një tërësi aftësish dhe mekanizmash personale”.

49 Këtu përfshihet dhe propaganda e luftës dhe mbrojtja e urrejtjes, që përbën nxitje për dhunë dhe nxitje të drejtpërdrejtë dhe publike për gjenocid dhe pornografi fëmijërore, me kusht që paligjshmëria e përmbajtjes të përcaktohet nga një autoritet gjyqësor.

50 Shih Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara, të vitit 2019, për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes.

Me gjithë përpjekjet e shumta, nismat dhe fushatat publike për të luftuar kundër “gjuhës së urrejtjes”, shumë organizata ndërkombëtare bëjnë të ditur se shumë individë, grupe dhe komunitete mbeten objektivi i urrejtjes dhe diskriminimit në internet. Praktikata diskriminuese, nxitja për dhunë dhe “gjuha e urrejtjes” nuk shfaqen vetëm në kuadrin e racizmit dhe ksenofobisë, por mund të marrin edhe formën e seksizmit, antisemitizmit, islamofobisë, mizogjinisë, homofobisë e të tjerë.⁵¹ Ndërsa platformat përmes internetit i lejojnë zgjedhësit që t’i ndajnë lirisht informacionet dhe opinionet me të tjerët, ato e lënë gjithashtu derën të hapur për komente të palejueshme, përfshirë komente seksiste dhe komente të tjera diskriminuese.⁵² Ngacmimi në internet mund të çojë në përjashtimin e grupeve të caktuara nga gara politike dhe zgjedhore, veçanërisht të kandidatëve gra, të cilat, në disa kontekste, mund të jenë objektivi i preferuar i një gjuhe të tillë.⁵³

b. Retorika e papajtueshme, agresive dhe negative

Në disa kontekste, fushatat zgjedhore mund të marrin ngarkesa emocionale, ku kandidatët ose zgjedhësit përdorin një retorikë më agresive. Në rajonin e OSBE-së, një numër shtetesh pjesëmarrëse kanë miratuar dhe vënë në jetë dispozita mbi fushën e internetit, që riprodhojnë rregullore dhe kufizime, të cilat janë hartuar për mënyrat e fushatës konvencionale dhe për mediat tradicionale, përfshirë legjislacionin penal për shpifjen. Përgjithësisht, legjislacioni penal mbi veprat penale, ashtu si zbatimi i tij dhe abuzimi me të nga ana politikanëve ose figurave të tjera publike, janë në shkelje të standardeve ndërkombëtare.⁵⁴ Për më tepër, sanksionet mbi shpifjen ose fyerjen duhet të jenë në proporcion me shkeljen e të drejtave ose reputacionit të të tjerëve. Masat e miratuara nga shtetet duhet të mbajnë parasysh rrugëzgjdhjet e mundshme vullnetare efikase dhe të përshtatshme, që janë lejuar nga mediat dhe janë pranuar nga personat e interesuar.

51 Shih Rezolutën 2144 (2017) të APKE-së për dhënien fund të diskriminimit kibernetik dhe urrejtjes përmes internetit.

52 Shih Studimin e DGI-së së Këshillit të Evropës (2017)10, “Mediat, zgjedhjet dhe gjinia”.

53 Një studim i Unionit Ndërparlamentar (UNP)-APKE-së, i vitit 2018, ka treguar se gratë anëtare të parlamentit, në Evropë ka më shumë gjasa që të jenë objektivi i sulmeve përmes internetit. Një studim, i vitit 2016, i kryer nga i njëjti organ, ka treguar se “mediat sociale janë bërë vendi numër një ku ushtrohet dhunë psikologjike, veçanërisht në formën e komenteve seksiste dhe mizogjene, imazheve poshtëruese, grumbullimeve të turmave, frikësimit dhe kanosjeve – ndaj grave parlamentare”.

54 Shih faqet e posaçme të internetit të Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias për shpifjen. Në Komentin e Përgjithshëm nr. 34, Këshilli për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara ka theksuar se të gjithë shtetet “duhet të marrin në shqyrtim dekriminalizimin e shpifjes dhe, në çdo rast, aplikimi i legjislacionit penal duhet lejuar vetëm në çështjet më të rënda, ndërsa dënimi me burgim nuk është asnjëherë një sanksion i përshtatshëm”. Deklarata e Përbashkët e OKB-së, OSBE-së dhe OSHA-së, e vitit 2020, iu bën thirrje shteteve që ta shfuqizojnë shpifjen si krim dhe ta zëvendësojnë atë me rregullore të përshtatshme për shpifjen, si përgjegjësi civile.

Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut, në dy vendime historike, ka vendosur se “liria e shprehjes [...] aplikohet jo vetëm për ‘informacionin’ apo ‘idetë’, që priten mirë apo konsiderohen si të padëmshme ose si çështje indiference, por edhe për ata që fyejnë, tronditin ose shqetësojnë shtetin a çfarëdo shtrese të popullsisë,” të cilët janë të domosdoshëm për ekzistencën e “pluralizmit, tolerancës dhe mendjegjerësisë, pa të cilat nuk ekziston një shoqëri demokratike”. Gjykata vuri gjithashtu në dukje se “kufijtë e një kritike të pranueshme [...] janë më të gjerë sa i takon një politikani, i cili vepron brenda ushtrimit të funksioneve të tij publike”, dhe “i ekspozohet pashmangshmërisht dhe me vetëdije një analize të hollësishme të çdo fjale dhe veprimi të tij si nga gazetarët, ashtu dhe nga publiku i gjerë”.⁵⁵ Ndërsa të dy vendimet janë dhënë në periudhën përpara rrjeteve sociale, GJEDNJ-ja kohët e fundit ka ritheksuar se “jurisprudenca e saj [lidhur me] nenin 10 është plotësisht e zbatueshme për internetin.”⁵⁶

c. Informacioni manipulues

Debati për të kuptuar dhe krijuar një terminologji të unifikuar për çështjet e shtjelluara më sipër, vazhdon, por këto praktika abuzive në sferën publike ekzistojnë tashmë qysh prej njëfarë kohe dhe shtetet kanë përvojë për t’i trajtuar ato dhe, si të tilla, ato shpeshherë janë objekt i normave rregullatore të përpikta. Nga ana tjetër, fenomeni i përhapjes përmes internetit të përmbajtjes manipuluese (termi i përdorur më rëndom është ‘dezinformimi’), që intensifikohet veçanërisht gjatë periudhave të fushatës, paraqet sfida më të mëdha për përcaktimin e rregullave, dhe shpeshherë, mund të ketë ndikime vendimtare ose të dëmshme tek proceset dhe rezultatet e zgjedhjeve.⁵⁷ Për shkak të mungesës së normave rregullatore të qarta, të cilat iu përgjigjen sfidave të reja, që lindin nga bota e internetit dhe natyra e tij globale, dhe potencialit për qarkullim të shpejtë dhe të gjerë mes përdoruesve të internetit, që ofrojnë rrjetet sociale, në disa kontekste përhapja dhe shtimi i shpejtë i kësaj lloji përmbajtjeje janë bërë gjithnjë e më të theksuara dhe janë bërë burim shqetësimi për integritetin e përgjithshëm të procesit zgjedhor.

Llojet e ndryshme të përmbajtjes manipuluese përmes internetit, veçanërisht dezinformimi, mund të jenë të dëmshëm për procesin demokratik dhe mund të ndikojnë

55 Shih çështjet e GJEDNJ-së “Handyside kundër Mbretërisë së Bashkuar” (1976) dhe “Lopes Gomes da Silva kundër Portugalisë” (2000).

56 Shih GJEDNJ, “Liria e shprehjes dhe informacionit – memorandum shpjegues”.

57 Ndërsa nuk ekziston ndonjë përcaktim i pranuar gjerësisht për informacionin e përmbajtjes manipuluese, disa organizata kanë bërë përpjekje të bëjnë dallimin midis llojeve të ndryshme të parregullive të informacionit, të tilla si: (1) *Dezinformimi*: ndarja me vetëdije e informacionit të rremë ose keqdrejtues me të tjerë, me synimin për të shkaktuar dëm; (2) *Informimi i rremë*: informacion i rremë ose keqdrejtues, por pa synimin për të shkaktuar dëm; (3) *Keqinformimi*: informacion i vërtetë, që ndahet me të tjerë, me synimin për të shkaktuar dëm. Ky Udhëzues përqendrohet tek vlerësimi i ndikimit të llojeve të ndryshme të përmbajtjes manipuluese në integritetin e procesit zgjedhor dhe zhvillimin e fushatave zgjedhore, dhe përmes tij nuk synohet që të bëhet sqarimi dhe dallimi midis këtyre koncepteve, nga pikëpamja terminologjike.

negativisht në zhvillimin e zgjedhjeve vërtet demokratike. Duke qenë se përdoret shpeshherë për të mashtruar zgjedhësit ose për të minuar besimin e publikut në procesin zgjedhor, kjo lloj përmbajtjeje ndikon tek e drejta e zgjedhësve për të krijuar një mendim pa ndërhyrje të palejueshme, dhe dobëson aftësinë e tyre për të marrë vendime të mbështetura plotësisht tek informacioni. Në mënyrë më të përgjithshme, kjo lloj përmbajtjeje, gjithashtu, mund të cenojë të drejtën për të mos qenë objekt sulmi të kundërligjshëm ndaj nderit dhe reputacionit, pasi shpeshherë ajo i drejtohet një individi të caktuar, një figure politike ose publike, dhe është projektuar për të dëmtuar reputacionin e tij ose të saj, dhe kur drejtohet kundër grupeve të caktuara të shoqërisë, të tilla si: emigrantët apo grupe të caktuara të disa pakicave kombëtare, dhe nxit urrejtje, dhunë ose diskriminim, ajo mund të cenojë parimin e mosdiskriminimit, siç parashikohet nga PNDGP-ja. Në të njëjtën kohë, edhe reagimet me rregulla dhe/ose politika të dobëta, qoftë nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, qoftë nga autoritetet, mund të kenë efekte të dëmshme për mbrojtjen e të drejtave themelore, veçanërisht, të së drejtës së lirisë së shprehjes. Kufizimet tejet të gjera ndaj përmbajtjes manipuluese dhe dezinformimit mund të rezultojnë në kufizimin e fjalës legjitime.⁵⁸

Shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së janë angazhuar që të garantojnë kushtet për procese zgjedhore në përputhje me standardet dhe parimet demokratike, dhe kështu, kanë përgjegjësinë për të siguruar një mjedis zgjedhor pa përmbajtje manipuluese dhe në të cilin zgjedhësit janë të lirë të krijojnë opinio-net e tyre, të pandikuar nga ndërhyrjet e palejueshme. Për rrjedhojë, shtetet pjesëmarrëse mbajnë përgjegjësi dhe janë të detyruara të luftojnë fenomenin e dezinformimit. Natyra e decentralizuar, e shpërndarë dhe ekstraterritoriale e rrjeteve sociale, vështirësitë e identifikimit të autorëve të shkeljeve për shkak të anonimitetit dhe ndjekjet e çështjeve përmes proceseve gjyqësore, shpeshherë të paefektshme për shkak të mungesës së autoritetit juridiksional, kanë bërë që shumë qeveri të përballen me këtë fenomen, përmes përpjekjeve të shumanshme dhe një bashkëpunimi që angazhon edhe aktorë joshitetërorë, të tillë si: shoqëria civile, mediat dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale.

58 Deklarata e Përbashkët e OKB-së, OSBE-së dhe OSHA-së, e vitit 2017, thekson se disa forma të përmbajtjes manipuluese mund të dëmtojnë reputacionin dhe jetën private të individëve, apo të nxisin dhunë, diskriminim ose armiqësi kundër grupeve të identifikueshme në shoqëri. Sidoqoftë, Deklarata përfundon se “ndalimet e përgjithshme të përhapjes së informacionit bazuar në ide të paqarta dhe të dykuptimshme, përfshirë ‘lajmet e rreme’ apo ‘informacionet jo objektive’, janë të papajtueshme me standardet ndërkombëtare për kufizimet ndaj lirisë së shprehjes [...] dhe duhen shfuqizuar”. Për më tepër, Deklarata e Përbashkët për zgjedhjet në epokën dixhitale, e vitit 2020, kundërshton bllokimin dhe mbylljen e internetit, si dhe ligjet tepër të gjera ose të dykuptimshme mbi dezinformimin.

Raporti i Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara, i vitit 2021, për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes analizon rreziqet që paraqet dezinformimi ndaj të drejtave të njeriut, institucioneve demokratike dhe proceseve zgjedhore. Raporti vlerëson ndërlikimet dhe sfidat, që paraqet dezinformimi në epokën dixhitale, dhe konstaton se reagimet e shteteve dhe kompanive kanë qenë problematike, të papërshtatshme dhe të dëmshme për të drejtat e njeriut. Raporti kërkon reagime shumëdimensionale dhe shumëpalëshe, që bazohen në kuadrin ndërkombëtar të të drejtave të njeriut, dhe nxit kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale që të rishikojnë modelin e tyre të biznesit, dhe shtetet që të rikorrigjojnë reagimet e tyre ndaj dezinformimit, duke përforcuar rolin e mediave të lira, të pavarura dhe të larmishme, duke investuar në edukimin mediatik dhe dixhital, duke aftësuar individët dhe duke ia kthyer besimin publikut. Në mënyrë të veçantë, sa i takon zgjedhjeve, raporti vlerëson se fushatat e dezinformimit janë përdorur “në mënyra shumë të dukshme për të cenuar të drejtën për zgjedhje të lira dhe të drejta [dhe] se kanë kërkuar që të ndikojnë tek zgjedhjet”. Në përfundim të raportit theksohet se, për shkak të fenomenit të dezinformimit, “është e lehtë – por e rrezikshme – të mos e shohësh vlerën që ofron teknologjia dixhitale për demokracinë, zhvillimin e qëndrueshëm dhe të drejtat e njeriut, apo rëndësinë jetike të së drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes në këtë ekuacion. Kjo është arsyeja pse përpjekjet për të luftuar dezinformimin duke cenuar të drejtat e njeriut janë dritëshkurtra dhe të padobishme. E drejta e lirisë së mendimit dhe shprehjes nuk është pjesë e problemit; është objektivi dhe mjeti për të luftuar dezinformimin.”⁵⁹

d. Trajtimi i informacionit manipulues

i. Reagimet e shteteve

Përveç mungesës së qartësisë dhe dakordësisë lidhur me përkufizimin se ku konsiston një informacion me përmbajtje manipuluese, gjë që redukton efektshmërinë e reagimeve, njëra prej sfidave kryesore, me të cilat përballet pjesa më e madhe e shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së, është se si duhet trajtuar dhe rregulluar përmbajtja manipuluese në një mënyrë që të respektojë të drejtat e njeriut dhe liritë themelore, si dhe parimet e ligjshmërisë, domosdoshmërisë dhe proporcionalitetit.⁶⁰ Një qasje bazuar tek të drejtat e njeriut kërkon që të vihet në shënjestër jo vetëm dezinformimi drejtpërsëdrejti, por edhe ndikimi negativ që shkakton ai. Është më mirë që të vihen në jetë politika të përshtatshme afatgjatë për përmirësimin e njohurive dixhitale dhe të fushatave të sensibilizimit për aktorët në procesin zgjedhor sesa të jepen zgjidhje ekskluzivisht legjislative apo rregullatore, që mund të ndikojnë negativisht në të drejtat themelore, përfshirë dhe lirinë e shprehjes.

59 Shih Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, të vitit 2021.

60 Shih Rezolutën 44/12 të KDNJ-së të Kombeve të Bashkuara për lirinë e mendimit dhe shprehjes, të vitit 2020.

Ndërsa shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së kanë detyrimin pozitiv që të sigurojnë kushte konkurrence të barabartë për të gjithë kandidatët dhe të zbatojnë të drejtat e zgjedhësve, të sanksionuara në instrumentet ndërkombëtare dhe rajonale, nuk ekziston ndonjë zgjidhje unike për sfidat që paraqet përmbajtja manipuluese.⁶¹

Në nivel botëror, mund të vërehen katër qasje të mbështetura nga shtetet për të luftuar dezinformimin dhe përmbajtjen manipuluese, përfshirë dhe midis shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së:

- (i) Zbatimi i dispozitave përkatëse të ligjeve ekzistuese civile, penale, administrative dhe ligjeve të tjera, që rregullojnë mediat, zgjedhjet dhe luftën kundër shpifjes, edhe pse këto ligje, të dekretuara në epokën përpara internetit, nuk pasqyrojnë gjithmonë zhvillimet teknologjike aktuale;
- (ii) Miratimi i një legjislacioni të ri, që parashikon vendosje të sanksioneve ndaj rrjeteve sociale, të cilat përhapin lajme të rreme, zakonisht duke vendosur gjoba dhe duke urdhëruar heqjen e informacioneve të identifikuar si të rreme;
- (iii) Bashkëpunimi me autoritetet zgjedhore dhe platformat përmes internetit për të garantuar një elektorat të mirëinformuar, qoftë duke identifikuar dhe bllokuar lajmet e rreme, duke i siguruar publikut të gjerë burimet e verifikimit të fakteve, apo duke publikuar masivisht lajmet “e vërteta” gjatë periudhës zgjedhore dhe pas saj; dhe
- (iv) Zbatimi i politikave më të gjera dhe afatgjata për edukimin e qytetarëve, lidhur me rreziqet e lajmeve të rreme.⁶²

Në gjithë rajonin e OSBE-së, disa shtete kanë miratuar ligje, duke ngarkuar ndërmjetësit me përgjegjësi për përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit, një qasje kjo që kritikohet nga organizatat përkatëse të të drejtave të njeriut se nuk është plotësisht në përputhje me standardet ndërkombëtare, dhe që iu bën thirrje shteteve të shmangin delegimin e përgjegjësisë të kompanitë si arbitra të përmbajtjes. Ngarkimi i kompanive private me këtë lloj përgjegjësie iu jep atyre fuqinë që të japin gjykimin e kompanisë për vlerat e të drejtave të njeriut, shpeshherë, në dëm të gëzimit të lirive nga ana e

61 Sipas nenit 2 të PNDCP-së, shtetet kanë detyrën kryesore të zbatimit të detyrimeve për të respektuar, mbrojtur dhe zbatuar të drejtat e njeriut, dhe kanë detyrimin pozitiv të zbatimit të të drejtave. Në kontekstin e dezinformimit, shtetet kanë detyrën që të mos kufizojnë të drejtën për të krijuar një mendim, dhe detyrimin që të garantojnë që të tjerët, përfshirë bizneset, të mos e kufizojnë atë, t'i bëjnë publike në mënyrë proaktive, informacionet me interes publik dhe të promovojnë burime pluraliste dhe të larmishme informacioni, përfshirë dhe lirinë e mediave.

62 Shih Raportin e Bibliotekës së Kongresit, “Nisma për të luftuar lajmet e rreme në vende të caktuara”, të vitit 2019.

përdoruesve.⁶³ Shtete të tjera pjesëmarrëse të OSBE-së kanë miratuar masa jorregullatore, përfshirë, për shembull, hartimin e kodeve profesionale, ngritjen e këshillave të mediave, emërimin e transmetuesve publikë ose krijimin e njësisve të specializuara për të luftuar kundër parregullsive të informacionit, përpjekjet e kompanive të mediave për vetërregullim dhe programet e njohurive mediatike.⁶⁴

ii. Kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale

Kompanitë private duhet të respektojnë qasjen e të drejtave të njeriut ndaj menaxhimit dhe rregullimit të përmbajtjes; sidoqoftë, është me rëndësi të vihet në dukje se për çështjen e të drejtave të njeriut ato nuk kanë të njëjtat detyrime si shtetet. Në përgjigje të rritjes së presionit publik dhe në vijim të polemikave të shumta lidhur me informacionin masiv dhe të përhapur të përmbajtjes manipuluese, që, nganjëherë, ka çuar në armiqësi dhe dhunë, si dhe të keqpërdorimit të të dhënave personale, përfshirë për qëllime politike gjatë fushatës, të cilat mund të kenë patur efekt vendimtar në rezultatet e zgjedhjeve, disa kompani kryesore të teknologjisë dixhitale kanë miratuar një tërësi masash për t'i përballur këto sfida.⁶⁵ Për më tepër, siç vihet në dukje më sipër, disa shtete kanë miratuar rregullore, që i ngarkonin kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale me detyrimin dhe përgjegjësinë e drejtpërdrejtë, si ndërmjetësues përgjegjës, për përmbajtjen e gjeneruar nga përdoruesit. Sidoqoftë, përpjekjet e enteve private për të shmangur

63 Shih KDNJ-në e Kombeve të Bashkuara, “Kontributi i parlamenteve në punën KDNJ-së dhe analizën e tij periodike universale”. Shih gjithashtu, të dyja Deklaratat e Përbashkëta të OKB-së, OSBE-së dhe OSHA-së, të viteve 2017 dhe 2020, që përsërisin se nuk duhen fajësuar asnjëherë ndërmjetësit për përmbajtjen e përhapur përveç kur ata ndërhyjnë, në mënyrë specifike, në atë përmbajtje, ose nuk zbatojnë një urdhër të detyrueshëm ligjor për ta hequr atë, dhe kanë kapacitetin teknik për ta bërë këtë. Për më tepër, të dyja deklaratat u bëjnë thirrje kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale të miratojnë një qasje, bazuar në të drejtat e njeriut, me qëllim rregullimin e përmbajtjes dhe zbatimin e Parimeve Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara për Biznesin dhe të Drejtat e Njeriut.

64 Për një tablo të hollësishme të studimeve të rasteve kombëtare, shih Raportin e OSBE-së për dezinformimin, të vitit 2019.

65 Ndryshimet e realizuara nga disa kompani kryesore të teknologjisë dixhitale, janë bërë kryesisht për t'iu përgjigjur shqetësimeve të publikut, përfshirë ato që vijnë nga organizatat ndërqeveritare, siç është BE-ja. Përveç rregullave për menaxhimin e përmbajtjes, në politikat e reja janë përfshirë garanci plotësuese për mbrojtjen e të dhënave personale të përdoruesve dhe masa për transparencën lidhur me reklamën politike. Tërësia e masave të miratuara ka qenë në përputhje me angazhimet e kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale ndaj Kodit të Praktikës së BE-së për Dezinformimin (që do të diskutohet më poshtë, në këtë Udhëzues). Ndërsa në kontekstin e BE-së është vërejtur njëfarë progresi, “raportet tregojnë se përpjekje të mëtejshme duhen bërë në fusha të tjera për përmirësimin e besueshmërisë së ekosistemit përmes internetit dhe mbrojtjen e përdoruesve”. Për më tepër, një nga kritikët kryesorë drejtuar kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale ka të bëjë me faktin se, pavarësisht pranisë dhe rëndësisë së tyre në rang botëror, politikat për mbrojtjen e të dhënave, menaxhimin e përmbajtjes dhe reklamën transparente politike gjatë fushatës nuk janë të njëjta midis vendeve të ndryshme, përfshirë dhe ato të rajonit të OSBE-së.

përgjegjësinë dhe sanksionet financiare, nganjëherë, mund të çojnë në heqjen e përmbajtjes së ligjshme dhe legjitime, pa mundësi korrigjimi.

Ndërsa mund të jetë një zhvillim pozitiv, vetërregullimi, përgjithësisht, kryhet mbi baza vullnetare. Përveç shqetësimeve lidhur me kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, që veprojnë si arbitra të përmbajtjes, çështje të tjera kanë të bëjnë me varësinë e platformave tek automatizimi për paralajmërimin lidhur me përmbajtjen ose heqjen e saj, dhe me një transparencë të pamjaftueshme për standardet dhe proceset e kufizimit të përmbajtjes. Përdorimit të programit kompjuterik të inteligjencës artificiale për heqjen e përmbajtjes i mungon vlerësimi kontekstual, dhe ky përdorim paraqet rreziqe të dukshme veprimesh, që nuk janë në përputhje me legjislacionin mbi të drejtat e njeriut. Si rregull i përgjithshëm, të gjitha politikat, që kufizojnë përmbajtjen, duhet të jenë të qarta, objektive, të gatshme për t'u zbatuar dhe të kuptueshme, dhe përdoruesit duhet të njoftohen menjëherë në rast se është marrë ndonjë masë ndaj përmbajtjes së tyre.⁶⁶

Përveç fshirjes ose heqjes së llogarive dhe faqeve të internetit, **kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale** kanë në dispozicion një sërë zgjedhjesh. Masat mund të përfshijnë:

- fshirjen e përmbajtjes,
- duke kufizuar qarkullimin e saj të shpejtë dhe të gjerë mes përdoruesve të internetit,
- duke etiketuar origjinën,
- duke pezulluar përdoruesin ose organizatën përkatëse,
- që sponsorizon përmbajtjen,
- duke krijuar vlerësime për të evidentuar përdorimin e përmbajtjes së ndaluar nga dikush,
- duke kufizuar përkohësisht përmbajtjen,
- ndërsa një ekip shqyrton çështjen,
- duke përjashtuar që përdoruesit të përfitojnë para nga përmbajtja e tyre,
- duke krijuar fërkime si pasojë e ndarjes së përmbajtjes me të tjerë,
- duke vënë paralajmërime dhe etiketa tek përmbajtja,
- duke u dhënë individëve një kapacitet më të madh për bllokimin e përdoruesve të tjerë,
- duke minimizuar amplifikimin e përmbajtjes,
- duke kufizuar *bots*-at dhe sjelljet e bashkërenduara jo autentike,
- duke miratuar kufizime të gjeolokalizimit dhe duke promovuar kundër-mesazhet.⁶⁷

66 Shih Deklaratën e Përbashkët të Kombeve të Bashkuara, OSBE-së dhe OSHA-së, të vitit 2017.

67 Shih Raportin e Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara, të vitit 2019, për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes.

iii. Përpyqjet e komunitetit ndërkombëtar

Disa institucione dhe agjenci të Kombeve të Bashkuara i kanë kushtuar vëmendje të konsiderueshme fenomenit të përhapjes së informacioneve me përmbajtje manipuluese. Duke trajtuar në mënyrë specifike ndikimin e dezinformimit tek zgjedhjet, në raportin e tij të vitit 2019, para Asamblesë së Përgjithshme të Kombeve të Bashkuara, Sekretari i Përgjithshëm i Kombeve të Bashkuara deklaroi se përdorimi i internetit në kontekstin e zgjedhjeve, “qoftë si faktor pjesëmarrjeje apo instrument për përhapjen e dezinformimit dhe gjuhës së urrejtjes, ka ngritur çështje komplekse [...] Në thelb të sfidës së internetit ndaj demokracisë qëndron dyshimi paralizues, se çdo informacion ose ligjërimit mund të manipulohet, dhe erozioni që shkaktohet ndaj besimit. Ndër masat e tjera, theksohet rëndësia e përforsimit të rezistencës së shoqërive ndaj përhapjes së përmbajtjes së rreme ose të neveritshme, duke rritur transparencën e ligjërimit publik dhe duke realizuar një dialog shumëpalësh për të gjetur përgjigje për këto sfida të politikave.” Për më tepër, përveç kësaj dhe deklarimeve e raporteve, tashmë të cituara, të Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, Organizata e Kombeve të Bashkuara për Edukimin, Shkencën dhe Kulturën (UNESCO) ka nxjerrë disa botime lidhur me çështjen më të gjerë të parregullsisve të informacionit dhe ndikimit të tij në proceset zgjedhore.⁶⁸

Në kontekstin e OSBE-së, Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias ka publikuar disa dokumente mbi çështjet e lirisë së shprehjes në internet.⁶⁹ Më tej, në bashkëpunim me raportuesit e Kombeve të Bashkuara dhe OSHA-së për lirinë e shprehjes, Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias ka publikuar disa deklarata të përbashkëta lidhur me parregullsitë e informacionit, përfshirë dhe Deklaratën e Përbashkët për Lirinë e Shprehjes dhe Zgjedhjet në Epokën Dixhitale, të vitit 2020.⁷⁰

Deklarata e Përbashkët, e vitit 2020, njohu “rolin thelbësor, që luajnë liria e shprehjes dhe e informimit, mediat e lira, të pavarura dhe të larmishme dhe një internet i lirë dhe i aksesueshëm, në garantimin e zgjedhjeve të lira dhe të drejta”, dhe se lloje të ndryshme informacioni me përmbajtje manipuluese “mund të çojnë në acarime e madje të krijojnë tensione lidhur me zgjedhjet”. Deklarata iu bën thirrje “partive dhe kandidatëve që të shmangin përdorimin e qëllimshëm të këtyre llojeve deklarimesh, me qëllim që të përmirësojnë perspektivën e tyre elektorale, dhe të njohin rolin e

68 Shih Manualin për Edukimin dhe Formimin e Gazetarëve, të vitit 2018, “Zgjedhjet dhe mediat në kohërat dixhitale”, të vitit 2019, Raportin hulumtues të Komisionit për Brezin e Gjerë “Akt balancues: lufta kundër dezinformimit dixhital duke respektuar lirinë e shprehjes”, të vitit 2020.

69 Shih “Udhëzuesin për mediat sociale” të Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias, të vitit 2013, “Lirinë e mediave në internet: Udhëzuesi i OSBE-së”, i vitit 2016, dhe “Analizën e standardeve ndërkombëtare dhe qasjeve kombëtare krahasuese ndaj luftës kundër dezinformimit në kontekstin e lirisë së mediave”, i vitit 2019.

70 Shih Deklaratën e Përbashkët të Kombeve të Bashkuara, OSBE-së dhe OSHA-së, të vitit 2020.

rëndësishëm që luajnë rregullatorët e pavarur të zgjedhjeve për luftimin e këtyre formave të gjuhës dhe promovimin e aksesit ndaj informacionit”, dhe shpreh shqetësime lidhur me praktikën e shteteve për “miratimin e ligjeve, që [...] kufizojnë në mënyrë të palejueshme lirinë e shprehjes”. Deklarata e Përbashkët bën një numër rekomandimesh për shtetet dhe aktorët joshtetërorë, përfshirë dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, me qëllim mbrojtjen e lirisë së shprehjes në internet.

Shumë institucione të tjera ndërqeveritare, si dhe rrjete dhe organizata ndërkombëtare të shoqërisë civile, në zonën e OSBE-së, kanë bërë thirrje për një qasje shumëpalëshe dhe përgjegjësi të përbashkët të të gjithë aktorëve, me qëllim krijimin e mekanizmave efektive të bashkëpunimit ndërshtetëror për të luftuar informacionin me përmbajtje manipuluese. Këto nisma rajonale janë me rëndësi themelore për luftimin e këtij lloji informacioni, edhe gjatë periudhave zgjedhore, krijimi dhe përhapja e të cilit i tejkalon kufijtë dhe juridiksionet kombëtare. Këto përpjekje për reagim të përbashkët janë veçanërisht të rëndësishme, pasi synojnë t'i kapërcejnë sfidat që burojnë nga përhapja e informacionit me përmbajtje manipuluese, i cili synon të shkaktojë dëm tek publiku dhe të ndikojë tek proceset demokratike ose tek rezultatet e zgjedhjeve.

Ndërsa këto nisma, në pjesën më të madhe, e trajtojnë informacionin me përmbajtje manipuluese në mënyrë më të gjerë dhe ndikimin e tij negativ në zhvillimet e përgjithshme shoqërore dhe demokratike, disa kanë njohur dhe janë marrë me ndikimin specifik të kësaj lloji përmbajtjeje në proceset zgjedhore. Përpjekjet e tyre për të luftuar përmbajtjen manipuluese kanë qasje më të gjera, që përfshijnë jo vetëm sugjerime ose rekomandime për krijimin, menaxhimin dhe përhapjen e përmbajtjes dhe aspekte të tjera, që lidhen me aktivitetin, por dhe mbrojtjen e konfidencialitetit të të dhënave dhe transparencën e reklamës politike gjatë fushatës. Pra, në shumicën e tyre, nismat e përmendura në këtë pjesë, që janë të pranishme në zonën e OSBE-së, janë njëlloj të rëndësishme për seksionet në vijim për reklamën politike dhe mbrojtjen e të dhënave, përshkrimi i të cilave do të jepet më poshtë, në këtë Udhëzues.

Disa institucione të Këshillit të Evropës kanë trajtuar gjithashtu, çështjen e shpërndarjes së përmbajtjes manipuluese gjatë dhe jashtë periudhave zgjedhore dhe rolin që kanë rrjetet sociale në parandalimin e përhapjes së saj. Në vitin 2020, Komiteti i Ministrave miratoi një Rekomandim për ndikimin e sistemeve algoritmike në të drejtat e njeriut dhe, në vitin

2018, një Rekomandim për rolet dhe përgjegjësitë e ndërmjetësve të internetit.⁷¹ APKE-ja ka mbrojtur përfshirjen e edukimit mediatik në programet shkollore, mbështetjen për projekte sensibilizimi dhe trajnime të synuara, me qëllim promovimin e përdorimit të rëndësishëm të rrjeteve sociale, mediave përmes internetit dhe mbështetjes për formimin profesional të gazetarëve.⁷² Në mënyrë specifike për proceset zgjedhore, në vitin 2020, Komisioni i Venecias miratoi Parimet për përdorimin e teknologjive dixhitale në përputhje me të drejtat themelore.⁷³

Parimet nënvizojnë “domosdoshmërinë për një qasje në përputhje me të drejtat e njeriut; të drejtat e njeriut dhe liritë themelore duhen transferuar në mjedisin dixhital”. Dokumenti vë në dukje se interneti “ndikon në mënyrën se si njerëzit komunikojnë, sillen dhe formojnë opinionet e tyre, [dhe] ka transformuar mënyrën se si mund të krijohet opinioni publik, por gjithashtu ka siguruar mjetet për deformimin e realitetit në një shkallë të panjohur më parë [...] Keqpërdorimi i teknologjisë dixhitale për të manipuluar faktet, për të përhapur dezinformim në një mënyrë strategjike dhe të bashkërenduar, për të bërë një mbikëqyrje duke mbledhur informacione nga (dhe për) qytetarët dhe duke angazhuar grupe të aktorëve politikë, ka tronditur besimin e qytetarëve tek institucionet demokratike dhe sundimi i ligjit”. Këto sfida “kërcënojnë procesin demokratik në përgjithësi, dhe duhen analizuar me kujdes, kur është fjala për fushatat zgjedhore [dhe] probleme që lindin, kur teknologjia pushon së qeni një avantazh konkurrues dhe shndërrohet në një kërcënim ndaj integritetit të zgjedhjeve, duke kufizuar të drejtën për zgjedhje të lira”. Dokumenti vlerëson se “teknologjitë dixhitale ndikojnë në mënyra të ndryshme, pozitive dhe negative, në llojet e ndryshme të demokracisë [dhe] të gjitha etapat e proceseve zgjedhore [dhe] rritjen e konsiderueshme të numrit të aktorëve të fushatës, pavarësisht partive”.

Dokumenti rendit **tetë parime**, të cilat trajtojnë aspekte më të gjera të përdorimit të teknologjive të reja në proceset zgjedhore, të tilla si: konfidencialiteti i të dhënave, siguria kibernetike, si dhe fushatat zgjedhore në rrjetet sociale:

Parimi 1 – Parimet e lirisë së shprehjes, që nënkuptojnë se debati i fortë publik duhet transmetuar në mjedisin dixhital, veçanërisht gjatë periudhave zgjedhore.

71 Shih Rekomandimin CM/Rec(2020)/1 dhe Rekomandimin CM/Rec(2018)/2 që njohin rolet kuratoriale dhe editoriale të platformave të ndryshme dhe iu bëjnë thirrje shteteve që t’u caktojnë atyre përgjegjësitë përkatëse. CM/Rec(2018)/2 u rekomandon shteteve të garantojnë që ligjet dhe rregulloret në fuqi për ndërmjetësit, të mbrojnë, në mënyrë të efektshme, të drejtat e njeriut dhe liritë themelore të përdoruesve, dhe që ndërmjetësit e internetit të kenë përgjegjësi të ngjashme për t’iu përmbajtur standardeve ndërkombëtare të të drejtave të njeriut. Rekomandimi vë në dukje më tej, se transparenca, përfshirja, mbikëqyrja dhe rrugëzgjdhjet efektive janë thelbësore për menaxhimin, në platforma, të përmbajtjes që është në përputhje me të drejtat e njeriut. Shih gjithashtu, Deklaratën e Komitetit të Ministrave për fuqinë manipuluese të proceseve algoritmike, të vitit 2019, deklarata e cila thekson “domosdoshmërinë e vlerësimit të kuadrit rregullator lidhur me komunikimin politik dhe proceset zgjedhore, me qëllim garantimin e barazisë dhe integritetit të zgjedhjeve përmes internetit dhe jashtë tij, në pajtim me parimet e njohura”.

72 Shih APKE, Rezolutë për Mediat dhe Gazetarinë përmes Internetit: Sfidat dhe Llogaridhënia, e vitit 2017.

73 Shih Parimet për përdorimin në pajtim me të drejtat themelore të teknologjive dixhitale në proceset zgjedhore, të vitit 2020.

Parimi 2 – Gjatë fushatave zgjedhore, duhet autorizuar një OAZ ose një organ gjyqësor kompetent dhe i paanshëm, që t'u kërkojë kompanive private të heqin nga interneti përmbajtje të palëve të treta, të përcaktuar qartësisht, në bazë të ligjeve zgjedhore dhe në pajtim me standardet ndërkombëtare.

Parimi 3 – Gjatë periudhave zgjedhore, duhen mbrojtur interneti i hapur dhe neutraliteti i rrjetit.

Parimi 4 – Të dhënat personale duhen mbrojtur në mënyrë të efektshme, veçanërisht gjatë periudhave vendimtare të zgjedhjeve.

Parimi 5 – Integriteti elektoral duhet ruajtur përmes rregullave dhe rregulloreve, të rishikuara në mënyrë periodike, mbi reklamën politike dhe përgjegjësinë e ndërmjetëve të internetit.

Parimi 6 – Integriteti elektoral duhet garantuar duke ia përshtatur rregulloret ndërkombëtare specifike kontekstit të ri teknologjik dhe duke krijuar kapacitetet institucionale për të luftuar kërcënimet në internet.

Parimi 7 – Duhet forcuar kuadri për bashkëpunim ndërkombëtar dhe bashkëpunimin publik-privat.

Parimi 8 – Duhet inkurajuar miratimi i mekanizmave vetërregullatore.

Grupi i ekspertëve të nivelit të lartë të BE-së u krijua në vitin 2018 për të dhënë këshilla mbi nismat sa i takon politikave për të luftuar dezinformimin.⁷⁴ Strategjia e BE-së nuk parashikonte ndërhyrje rregullatore, por, përkundrazi, u përqendrua më tepër tek një qasje shumëdimensionale, që nënkuptonte një Kod të Praktikave të vetërregullimit, verifikimin e fakteve, përdorimin e inteligjencës artificiale dhe edukimin mediatik.⁷⁵ Nismat e paraqitura në Kodin e Praktikave, Plani i Veprimit kundër dezinformimit dhe monitorimi i mëpasshëm i zbatimit të angazhimeve të kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale ndaj këtij Kodi, vënë theks të veçantë mbi mbrojtjen e integritetit të zgjedhjeve për në Parlamentin Evropian.⁷⁶

74 Të 27 anëtarët e BE-së janë të gjithë shtete pjesëmarrëse të OSBE-së. Shih Raportin Përfundimtar të Grupit të Ekspertëve të Nivelit të Lartë. Shih gjithashtu, Rezolutën 2016/2030(INI) për komunikimin strategjik të BE-së për të luftuar propagandën.

75 Shih Komunikimin për Luftën kundër Dezinformimit: Qasje Evropiane, të vitit 2018. Në Kodin e Praktikave për vetërregullimin, të vitit 2018, u përfshinë *Facebook*, *Google* dhe *Twitter*; në maj 2019, atyre iu bashkua edhe *Microsoft* dhe, në qershor 2020, *TikTok* u bë nënshkruesi i 16-të i Kodit. Përmes Kodit të ri të Praktikave, që pritej të dilte në vitin 2021, synohet forcimi i kuadrit të bashkëpunimit, dhe kthimi i tij në një instrument bashkë-rregullator, siç parashtrohet në Aktin e BE-së mbi Shërbimet Dixhitale.

76 Shih Vlerësimin e Komisionit të BE-së për Kodin e Praktikave për Dezinformimin që paraqet gjetjet kryesore të vlerësimit të Komisionit të BE-së për zbatimin dhe efektshmërinë e Kodit, përfshirë ato, që janë bërë posaçërisht, për të mbrojtur integritetin e zgjedhjeve për në Parlamentin Evropian. Shih gjithashtu, Raportin e Komisionit të BE-së për Zgjedhjet, të vitit 2019, mbi përmbojshjen e detyrimeve specifike për transparencën lidhur me reklamat politike përmes internetit.

BE-ja e konsideron kërcënimin që vjen nga fushatat e dezinformimit në shkallë të gjerë, si një “sfidë kryesore për Evropën dhe ka kërkuar një reagim të bashkënduar nga vendet e BE-së, institucionet e BE-së, rrjetet sociale, mediat e lajmeve dhe qytetarët e BE-së”. Në përgjigje të këtyre kërcënimeve, Komisioni i BE-së ka marrë një sërë nismash për të luftuar dezinformimin, të tilla si:

- Kodin e Praktikave për Dezinformimin – për të parashtruar një tërësi standardesh mbarëbotërore të vetërregullimit;
- Observatorin Evropian të Mediave Dixhitale – qendër evropiane për verifikuesit e fakteve, akademikët dhe aktorë të tjerë të rëndësishëm, për të mbështetur politikëbërësit;
- Planin e Veprimit për Dezinformimin – për të forcuar aftësinë dhe bashkëpunimin e BE-së në luftën kundër dezinformimit;
- Planin e Veprimit Evropian për Demokracinë – për të hartuar udhëzuesit mbi detyrimet dhe përgjegjshmërinë e platformave të internetit në luftën kundër dezinformimit;
- Komunikimin për “Luftën kundër dezinformimit përmes internetit: qasje evropiane” – përmbledhje instrumentesh për të luftuar përhapjen e dezinformimit dhe për të garantuar mbrojtjen e vlerave të BE-së;
- Programin për Monitorimin dhe Sinjalizimin e COVID-19, vënë në jetë nga nënshkruarit e Kodit të Praktikave – për të vepruar si masë transparence, me qëllim garantimin e përgjegjshmërisë në luftën kundër dezinformimit;
- Rrjetin Evropian të Bashkëpunimit për Zgjedhjet – rrjet i përfaqësuesve të autoriteteve të Shteteve Anëtare, kompetentë për çështje zgjedhore, që parashikon shkëmbime praktike për tema lidhur me garantimin e zgjedhjeve të lira dhe të drejta, përfshirë mbrojtjen e të dhënave, sigurinë e rrjetit, transparencën dhe ndërgjegjësimin.⁷⁷

Në vitin 2019, OSHA-ja botoi një Udhëzues për garantimin e lirisë së shprehjes lidhur me dezinformimin e qëllimshëm në kontekste zgjedhore, që “krijon një kuadër konceptual për të luftuar fenomenin e shpërndarjes të informimit të rremë, të bërë me qëllim, dhe përfshin rekomandimet drejtuar shteteve [anëtarë të OSHA-së] dhe aktorëve të tjerë që mund të ndikojnë pozitivisht në luftën kundër informimit të rremë. Udhëzuesi sistemon standardet ndëramerikane për çështjet e të drejtave të njeriut, që duhet të udhëheqin reagimet e shteteve, dhe paraqet një numër rekomandimesh për aktorët e ndryshëm zgjedhorë, përfshirë dhe shtetet anëtare të OSHA-së dhe institucionet e ndryshme shtetërore, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, partitë politike, mediat dhe gazetaret, verifikuesit e fakteve, kompanitë e reklamave që tregtojnë të dhënat e përdoruesve, universitetet dhe qendrat kërkimore.⁷⁸

77 Shih faqet e internetit të Komisionit të BE-së për dezinformimin dhe për Rrjetin Evropian të Bashkëpunimit për Zgjedhjet.

78 Shih Udhëzuesin e OSHA-së, të vitit 2019, Udhëzues për Garantimin e Lirisë së Shprehjes lidhur me Dezinformimin e Qëllimshëm në Kontekste Zgjedhore.

iv. Nismat e shoqërisë civile

Nismat e shoqërisë civile kanë luajtur një rol të rëndësishëm për inkurajimin dhe informimin e zgjedhësve, ndërgjegjësimin e publikut dhe parandalimin e përhapjes së llojeve të ndryshme të përmbytjes manipuluese. Shumë organizata të shoqërisë civile operojnë në kuadrin e rrjeteve më të mëdha, që gjithashtu monitorojnë përmbytjen në internet, në përgjithësi, ose gjatë periudhave zgjedhore. Disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së i kanë institucionalizuar rrjetet e verifikimit të fakteve në bashkëpunim me gazetarët, shoqërinë civile, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale dhe komunitetin akademik për të identifikuar dhe zhvlerësuar informimin e rremë viral dhe, pra, për të luftuar “lajmet e rreme”.⁷⁹

3.2 REKLAMAT POLITIKE GJATË FUSHATËS

Reklammat politike gjatë fushatës janë boshti i të gjitha zgjedhjeve demokratike dhe konkurruese.⁸⁰ Për të arritur tek zgjedhësit dhe për të kërkuar mbështetjen e tyre, kandidatët duhet të jenë të lirë që të bëjnë fushatë, përfshirë dhe me anë të reklamave përmes internetit, kundrejt pagesës. Kur është fjala për rregullimin e reklamës politike gjatë fushatës, duhen respektuar disa parime kryesore:

- duhen respektuar të gjithë të drejtat themelore, përfshirë të drejtën për të patur lirinë e shprehjes dhe për të krijuar e patur opinione;
- mbrojtja e barazisë së shanseve dhe mbajtja e një procesi zgjedhor të drejtë kërkojnë garantimin e kushteve të barabarta të konkurrencës dhe mbrojtjen e saj, për të mos u kapur nga interesa të caktuara;
- rregullimi duhet të garantojë transparencën dhe të forcojë llogaridhënien, me qëllim që zgjedhësit të lejohen të bëjnë zgjedhje të mbështetur tek informacioni;
- e drejta e privatësisë së zgjedhësve duhet respektuar gjatë gjithë kohës, aspekt ky që u bë veçanërisht i rëndësishëm me krijimin e reklamave përmes internetit.

Rregullat për reklamën politike përmes internetit, përgjithësisht, duhet t’u përgjigjen ose të pasqyrojnë rregullimin e formave tradicionale të bërjes fushatë. Për të

79 Shih Raportin e Këshillit të Evropës për Parregullsitë e Informacionit, të vitit 2017, që rendit disa nisma për verifikimin e fakteve.

80 Lidhur me metodologjinë e plotë të ODIHR-it për financimin e partive dhe të fushatave, shih ODIHR, Manual për Vëzhgimin e Financimit të Fushatave dhe Udhëzuesin për Rregullimin e Partive Politike.

garantuar transparencë dhe shanse të barabarta, kuadri për reklamën politike duhet të parashikojë kufij për donacionet, përfshirë dhe kontributet në natyrë, dhe shpenzimet për reklama në rrjetet sociale duhet të jenë objekt i tavanit për shpenzimet e përgjithshme dhe i detyrimeve për deklarimin, ndërsa mekanizmat e mbikëqyrjes dhe sanksioneve duhet të shtrihen edhe për reklamën në rrjetet sociale. Ashtu si në botën jodixhitale, reklama politike përmes internetit duhet të jetë objekt i detyrimit për etiketimin, që, ndër të tjera, duhet të përcaktojë rregulla të qarta për identifikimin e sponsorëve të tij.

Të bërit fushatë nga palët e treta dhe për “çështje politike” përmes internetit po bëhet gjithnjë e më e rëndësishme. Mjedisi i internetit mund të jetë veçanërisht i favorshëm për aktivizimin e palëve të treta, për shkak të natyrës së decentralizuar të komunikimit përmes tij dhe lehtësisë me të cilën mund të arrihet tek grupe të mëdha të zgjedhësve, me kosto relativisht të ulët. Të bërit fushatë nga palët e treta ose për “çështje politike” përmes internetit duhet të jetë objekt i të njëjtave parime të transparencës dhe llogaridhënies, si dhe formave tradicionale të të bërit fushatë.

Një çështje e rëndësishme në këtë debat, është kufiri, shpeshherë, i paqartë midis informacionit të prodhuar si “përmbajtje organike” dhe reklamës. Ndërsa i pari mbrohet në bazë të lirisë së shprehjes dhe nuk duhet rregulluar përveç se në raste jashtëzakonisht të justifikuara, i dyti mund dhe, në përputhje me standardet ndërkombëtare, duhet të jetë objekt i rregullave të transparencës. Ndonëse qasjet ndaj reklamës politike gjatë fushatës ndryshojnë, shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së, në shumicën e tyre, e përcaktojnë këtë ndryshim, duke iu referuar çështjes nëse materiali ose mesazhet kanë qenë me pagesë ose jo, volumit të tyre, mbulimit, frekuencës, d.m.th., shpërndarjes sistematike, qëllimit të synuar dhe nëse ato synojnë të rrisin apo pakësojnë mbështetjen për zgjedhje të caktuara politike.

Sidoqoftë, në disa raste, aktorët në zgjedhje mund të zgjedhin që t’i përdorin rrjetet sociale për të përhapur çka mund të duken si mesazhe me “përmbajtje organike”, mbështetje ose kritike për kandidatët. Kur ndodh në mënyrë të organizuar, kjo mund të lërë shteg për pyetjet nëse të tilla përpjekje duhen trajtuar si shpërndarje e “përmbajtjes organike” apo si reklamë. Ndërsa kjo nuk është unike për rrjetet sociale, shpeshherë, kjo është më e theksuar atje, duke patur parasysh mundësitë për amplifikim, mbulimin më të gjerë dhe lehtësinë me të cilën mund të përhapen postimet.

Bazuar në gamën e gjerë të mundësive teknike që ofrojnë interneti dhe rrjetet sociale, aktorë të ndryshëm mund të jenë të aftë të arrijnë grupe specifike zgjedhësish me anë të përmbajtjes “organike” ose me pagesë, në sajë të të dhënave personale të mblëdhura për përdoruesit nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale apo aktorë të

tjerë, përfshirë kompanitë e specializuara për ndërmjetësimin e të dhënave.⁸¹ Ndërsa këto të ashtuquajtura teknika (mikro)shënjestrimi nuk i shkelin detyrimisht standardet ndërkombëtare, bëhen gjithnjë e më shumë përpjekje rregullatore për të garantuar që zgjedhësit të informohen nëse ajo çka ata shohin në internet është me pagesë, dhe se ata janë zgjedhur në mënyrë specifike, duke përfshirë arsyen e përzgjedhjes dhe nga kush janë përzgjedhur. Po kështu, i ashtuquajhuri përforcim i përmbajtjes, që rrit në mënyrë artificiale shtrirjen e saj publike kundrejt një kostoje, e bën të paqartë kufirin midis dhënies së informacioneve dhe bërjes së fushatës. Ka edhe shqetësime gjithnjë në rritje se algoritmet mund të privilegjojnë lloje të specifikuar të kategorive të përmbajtjes, duke deformuar kështu përfundimisht rregullat e lojës të barabartë në fushatat zgjedhore. Aspekti i mbrojtjes së të dhënave, që lidhet ngushtë me reklamën politike gjatë fushatës, si dhe me krijimin, amplifikimin dhe shpërndarjen e përmbajtjes, në përgjithësi, veçanërisht në lidhje me të ashtuquajturat fushata të dezinformimit, do të shtellohet më poshtë, në këtë Udhëzues.

a. Reagimet ndaj reklamave përmes internetit

Vitet e fundit, shumë palë interesi kanë shprehur shqetësime se reklamat politike gjatë fushatës përmes internetit po shërbejnë për të deformuar kushtet e barabarta të konkurrencës dhe për të mundësuar një avantazh të palejueshëm për disa kandidatë në zgjedhje. Këto shqetësime kanë rritur nevojën për një reklamë politike përmes internetit, krejtësisht transparente dhe të përgjegjshme, përfshirë dhe sa i takon kostos dhe sponsorizimit të saj, kufijve për donacionet dhe rolit të bërjes fushatë nga palë të treta apo për “çështje politike” në rrjetet sociale. Teknika të ndryshme të fushatës me pagesë, përfshirë dhe (mikro)shënjestrimin e zgjedhësve, po bëhen gjithnjë e më shumë objekt i rregullimit nga aktorët kombëtarë ose mbikombëtarë, si dhe i monitorimit nga organizatat e shoqërisë civile.

i. Reagimet e shteteve

Shumë shtete pjesëmarrëse të OSBE-së e kanë trajtuar përhapjen në rritje të bërjes fushatë përmes internetit duke përmirësuar transparencën sa i takon financimit të fushatave. Për këtë, ato janë mbështetur plotësisht në kuadrin ekzistues, që rregullon reklamën tradicionale, ose kanë nxjerrë rregullore të reja specifike për fushën e internetit.

⁸¹ (Mikro)shënjestrimi politik gjatë fushatës konsiston, përgjithësisht, në mbledhjen e të dhënave personale, duke i përdorur këto të dhëna për identifikimin e grupeve të zgjedhësve që ndajnë interesa ose pikëpamje të përbashkëta dhe që ka gjasa të ndryshojnë, kur marrin një mesazh të caktuar, si dhe duke dërguar mesazhe të projektuara apo të përshtatura posaçërisht, për këto grupe.

Siç vihet në dukje më sipër, modelet rregullatore në shtetet pjesëmarrëse të OSBE-së ndryshojnë në mënyrë të konsiderueshme. Ndërsa disa parashikojnë ndalime të përgjithshme ose e kufizojnë reklamën politike në mediat audiovizive dhe i shtrijnë këto kufizime në bërjen e fushatës përmes internetit, të tjerë parashikojnë ndalime që aplikohen vetëm pjesërisht për internetin. Në përputhje me praktikën më të mirë, një numër gjithnjë e më i madh i shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së, ku është e lejuar bërja e fushatës përmes internetit, kërkon që reklamat të etiketohen qartë si të tilla, si për materialet e fushatave në natyrë, ashtu dhe për reklamat në mediat tradicionale. Kandidatët kanë gjithashtu detyrimin që shpenzimet e tyre në fushatën përmes internetit t'i deklarojnë në të njëjtën mënyrë si shpenzimet e tyre në fushatën tradicionale. Me qëllim përmirësimit më tej të transparencës, në disa shtete, legjislacioni i paraqitur rishtazi i detyron platformat që t'i publikojnë tarifat për reklamën, përpara fillimit të fushatës dhe/ose t'i deklarojnë apo t'i bëjnë transparente të ardhurat e përgjithshme nga shitja e reklamave politike.

Për trajtimin e çështjes së të bërit fushatë nga palë të treta dhe për “çështje politike”, disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së kanë propozuar një rregullim më të gjerë, duke kërkuar nxjerrjen e informacionit për sponsorët e të gjitha reklamave politike përkatëse; në shtete të tjera, rregullat ekzistuese janë shtrirë për të gjithë përmbajtjen, që është objekt i “një debati me interes të përgjithshëm”, duke siguruar kështu që ato të arrijnë një mbulim të gjerë politik. Përgjithësisht, praktika ka treguar se është pikërisht fusha e të bërit fushatë nga palë të treta dhe për “çështje politike”, si dhe e shënjestrimit të zgjedhësve në rrjetet sociale, ajo ku zbatimi i rregullave të hartuara për bërjen e fushatës në mediat tradicionale është më pak i efektshëm. Një numër vendesh i ka njohur gjithnjë e më shumë këto mangësi, ndërsa ekziston një numër në rritje i rregulloreve, që synojnë në mënyrë të posaçme fushën e internetit, me objektivin për të sjellë transparencë në reklamat politike.

ii. Kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale

Të vënë nën presionin në rritje nga ana e përdoruesve dhe bazuar në kontrollin në rritje nga ana e qeverive, disa kompani kryesore të teknologjisë dixhitale kanë filluar të marrin masa, me qëllim forcimin e transparencës në reklamat politike gjatë fushatës përmes internetit, ndërsa disa platforma kanë hequr dorë nga reklamat politike. Ndërsa platformat kanë filluar të konfirmojnë identitetin e donatorëve dhe reklamuesve dhe të deklarojnë shumën e derdhura prej tyre, ende ka shumë meta, të tilla si: verifikimi i sponsorëve përmes një sistemi të mangët të vetëkategorizimit. Është me rëndësi të vihet në dukje se në disa masa të paraqitura rishtazi është trajtuar përmbajtja politike me pagesë, por nuk është hedhur dritë mbi praktikën e paqarta të (mikro)shënjestrimit dhe “përforcimit” të përmbajtjes, dhe

aktualisht, teknologjitë kryesore dixhitale kanë një qasje të pabarabartë në tregje të ndryshme. Për më tepër, disa platforma janë edhe më pak të hapura kur bëhet fjalë për nxjerrjen e informacionit mbi fushatën e bërë nga palët e treta apo për “çështje politike”.⁸²

Facebook ka qenë i pari që ka ngritur bibliotekën e reklamave. Megjithëse kjo ka kontribuar në transparencën e përgjithshme të reklamave politike, masat janë zbatuar në mënyrë të pabarabartë nga njëri vend tek tjetri. Për më tepër, shkarkimi i të dhënave nga programi i *Facebook*-ut ka qenë i ngadaltë për disa përdorues. Biblioteka të ndryshme i bashkojnë të dhënat në “njësi” të pangjashme, p.sh.: blloqe të ndryshme kohore, që shpeshherë nuk përkojnë me afatet kohore të deklarimit të financimit të fushatës, dhe në shumë raste, shumat e paguara hidhen në “fasha” të gjera (p.sh.: 500 deri në 4,999 euro), çka nuk lejon llogaritje të bazuara të shpenzimeve të përgjithshme. Për platformat e tij, *Google* ka krijuar gjithashtu, një bibliotekë të përgjithshme për spotet publicitare, dhe paraqitja e masave të transparencës ka qenë njëlloj e pabarabartë. Për më tepër, kompania nuk vendosi të njëjtin nivel transparence për reklamën nga palët e treta ose për “çështjet politike”, gjë që e ka kufizuar më tej efektshmërinë e këtyre masave. Në mënyrë pozitive, për (mikro)shënjestrimin, *Google* ka vendosur masa për kufizimin e aftësisë së reklamuesve jotregtarë, me qëllim marrjen e të dhënave për kategori specifike përdoruesish dhe ua ka ndaluar reklamuesve që të bëjnë deklaramë të rreme, të verifikueshme. Në bibliotekën e reklamave të *Google*-it përfshihen spote publicitare të ndaluara, duke përmirësuar kështu transparencën, në mënyrë pozitive. Në vitin 2019, Twitter vendosi që të mos e lejonte më reklamën politike në platformën e vet.

iii. Përpyjekjet e komunitetit ndërkombëtar

Ndonëse rregullimi i fushatave zgjedhore është kompetencë e çdo shteti pjesëmarrës të OSBE-së, aktorët ndërkombëtarë kanë kuptuar rëndësinë e transparencës në bërjen e reklamave politike, dhe në disa aspekte, kanë marrë gjithashtu, drejtimin në trajtimin e disa prej sfidave të sipërpërmendura. Siç shpjegohet në seksionin e mëparshëm, pjesa më e madhe e nisave të organizatave ndërqeveritare, që kanë trajtuar aspekte lidhur me luftën kundër përmbajtjes manipuluese dhe me mbrojtjen e të dhënave, kanë përfshirë gjithashtu, masa për rritjen e transparencës sa i takon financimit të partive dhe të zgjedhjeve.

⁸² Vëzhguesit e zgjedhjeve, komuniteti akademik dhe aktorë të tjerë kanë shprehur kritika në drejtim të efikasitetit të kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale në zbatimin e masave të transparencës sa i takon mungesës së të dhënave të standardizuara dhe etiketimit të duhur të reklamave dhe sponsorëve, të funksionalitetit të kufizuar të kërkimit dhe ndërfaqeve të bibliotekave të reklamave, si dhe në drejtim të periudhave kohore jokonsekuente ose të papërpunueshme, gjatë të cilave janë publikuar të dhënat, krahasuar me periudhat e fushatave zgjedhore, gjatë të cilave kandidatëve shpeshherë iu është kërkuar që të deklarojnë aktivitetet e tyre financiare.

BE-ja është në krye të përpjekjeve ndërkombëtare për trajtimin e sfidave, që burojnë nga bërja e reklamave politike gjatë fushatës, përmes internetit. Paketa e Legjislacionit të BE-së për Shërbimet Dixhitale dhe Plani i Veprimit Evropian për Demokraci përqendrohen, ndër të tjera, në aspekte lidhur me bërjen e reklamave politike përmes internetit.⁸³ Paketa e masave për garantimin e zgjedhjeve të lira dhe të drejta për në Parlamentin Evropian jep rekomandime për shtetet anëtare dhe partitë politike, me qëllim sigurimin e një transparence më të madhe në komunikimin politik. **Këshilli i Evropës** e ka vendosur debatin mbi bërjen e reklamave politike në funksion të të drejtave themelore, duke njohur një lidhje të ngushtë me lirinë e shprehjes. Gjykata Evropiane e të Drejtave të Njeriut ka miratuar një interpretim të gjerë të KEDNJ-së për bërjen e reklamave politike, që përfshin reklamën me pagesë për çështje me interes publik, si dhe ato të promovuara nga shoqëria civile dhe grupe të fushatës. Gjykata vlerëson se, sipas KEDNJ-së, publikimi i informacioneve, “me synimin që të ndikohet tek zgjedhësit”, duhet konsideruar si ushtrim i lirisë së shprehjes, pavarësisht nëse është bërë me pagesë ose jo.⁸⁴

iv. Nismat e shoqërisë civile

Në shumë shtete pjesëmarrëse të OSBE-së, organizatat e shoqërisë civile po mbështesin në mënyrë gjithnjë e më aktive rregullimin dhe një transparencë më të madhe të reklamave politike përmes internetit, përfshirë periudhat gjatë fushatave zgjedhore. Duke qenë se kanë aktivitetet afatgjata dhe duke qenë më të familjarizuar me kontekstin specifik të vendit, grupet e vëzhgimit qytetar janë veçanërisht të rëndësishëm për dhënien e informacioneve kontekstuale, duke evidentuar bërjen e fushatave nga palët e treta dhe për “çështje politike” dhe duke vënë në dukje rastet e (mikro)shënjestrimin të zgjedhësve. Përveç mbështetjes, nismat e shoqërisë civile po angazhohen gjithnjë e më shumë në monitorimin e reklamave politike në rrjetet sociale, dhe janë të pozicionuara veçanërisht mirë për të vlerësuar nëse kërkesat për deklaram dhe masat e kontrollit zbatohen në mënyrë korrekte dhe janë përgjithësisht efektive. Lidhja në rrjet ndërkombëtar midis organizatave vendase të shoqërisë civile ka shërbyer gjithashtu, për rritjen e kapaciteteve të disa grupeve dhe maksimizimin e rezultateve të punës së tyre, bazuar shpeshherë në burime të kufizuara.

83 Shih BE, Paketa e Legjislacionit mbi Shërbimet Dixhitale dhe Planin e Veprimit Evropian për Demokraci.

84 GJEDNJ-ja ka dhënë vendime, që disa i kanë quajtur vendime të kundërta, në dy çështje lidhur me ndalimin e reklamave politike në mediat audiovizive, duke theksuar sigurinë e kufizuar sa i takon se si mund të vendosen kufizimet proporcionale ndaj lirisë së fjalës në reklamën politike, dhe duke nënvizuar rolin thelbësor të kontekstit të vendit specifik. Vendimet gjithashtu, treguan se ndërsa liria e fjalës është e privilegjuar në bazë të KEDNJ-së, në rrethana të caktuara, Gjykata mund të pranojë se disa kufizime janë në pajtim me synimin e mbrojtjes së lirisë së shprehjes. Shih GJEDNJ, 2009: “*TV Vest dhe Rogaland Pensioners Party kundër Norvegjisë*”, dhe 2013: “*Animal Defenders International kundër Mbretërisë së Bashkuar*”.

3.3 MBROJTJA E KONFIDENCIALITETIT TË TË DHËNAVE

Deri kohët e fundit, regjimet e të dhënave private nuk kanë qenë në qendër të interesit të vëzhguesve ndërkombëtarë; tradicionalisht, aspekte të mbrojtjes së privatësisë dhe të dhënave personale në zgjedhje janë diskutuar kryesisht në kontekstin e regjistrimit të zgjedhësve.⁸⁵ Sidoqoftë, me krijimin e rrjeteve sociale, mbrojtja e të dhënave personale të zgjedhësve është bërë veçanërisht e rëndësishme. Mbrojtja e të drejtës së konfidencialitetit të të dhënave është sanksionuar në shumë instrumente rajonale, përfshirë Dokumentin e Kopenhagenit të OSBE-së.⁸⁶ Në pjesën më të madhe të shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së, kandidatët mund të hyjnë në listën e zgjedhësve për të verifikuar saktësinë, aktualitetin dhe plotësinë e saj, ndërsa në disa shtete, listat e zgjedhësve përdoren për të bërë fushatë dhe për të krijuar strategji për zgjedhjet. Megjithatë, përdorimi dhe shfrytëzimi i të dhënave të zgjedhësve për qëllime fushate mbetet një temë e diskutueshme.

Në përputhje me standardet ndërkombëtare, kushtet në të cilat mund të merren të dhënat e zgjedhësve dhe qëllimi i përdorimit të tyre duhet të formulohen në ligj dhe të rregullohen në mënyrë më të hollësishme me akte nënligjore. Mungesa e rregullimit të qartë dhe e procedurave për trajtimin e të dhënave teorikisht, mund t'i ekspozojë zgjedhësit ndaj komunikimit të pakërkuar, qoftë në formën e fushatave falas apo të reklamave politike me pagesë. Shfrytëzimi në mënyrë abuzive i të dhënave të zgjedhësve mund të ndikojë negativisht në integritetin e procesit, duke iu siguruar kandidatëve informacion për preferencat e zgjedhësve, dhe jep një avantazh të palejueshëm për disa kandidatë. Në raste më ekstreme, të tilla raste mund t'i bëjnë zgjedhësit të cenueshëm ndaj presioneve, frikësimit ose manipulimit.

Duke u regjistruar në rrjetet sociale, shpeshherë si diçka rutinë, teksta pranojnë kushtet e përdorimit të përcaktuara nga rrjetet sociale, zgjedhësit ekspozohen ndaj kompanive të ndryshme private, të tilla si: kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, ndërmjetësit e të dhënave ose aktorët politikë dhe shtetërorë, dhe vënë në dispozicion të tyre një gamë të gjerë të të dhënave personale, që përdoren për një sërë qëllimesh tregtare dhe politike. Si të tilla, të dhënat personale janë shndërruar gjithnjë e më shumë në mall dhe përdoren për fushata politike dhe zgjedhore. Duke patur parasysh ndjeshmërinë në fjalë, mbledhja, ruajtja, përpunimi dhe përdorimi i të dhënave duhet të jenë objekt i rregullimit ligjor dhe mbikëqyrjes së rreptë. Në përgjithësi, standardet kryesore për çështje të mbrojtjes së të dhënave personale kërkojnë ligjshmëri, transparencë, barazi, kufizim në qëllimin e përdorimit të të dhënave, minimizim të të dhënave, saktësi, kufizim të ruajtjes, garanci

85 Të dhënat personale shpeshherë, përcaktohen si informacion që lidhet me një person të identifikuar ose të identifikueshëm.

86 Dokumenti i Kopenhagenit i OSBE-së, i vitit 1990, kërkon që shtetet të garantojnë aksesin ndaj informacionit dhe mbrojtjen e privatësisë.

të përshtatshme sigurie dhe mbajtje të përgjegjesisë nga ata, të cilëve iu është dhënë akses tek të dhënat e zgjedhësve.

Të dhënat personale, në kontekstin e fushatave zgjedhore, përdoren gjithashtu për të ashtuquajturën **analizë të profilit dhe për fushata dhe reklama të shënjestruara**. “Analiza e profilit” dhe reklamat e shënjestruara mund të mos jenë detyruesisht ndonjë problem nëse zgjedhësit janë të vetëdijshëm se janë objekt i reklamave të përshtatura, por bëhet problem kur ato përdoren për të manipuluar zgjedhësit, siç është veçimi i disa kategorive të zgjedhësve për fushatën politike. Për shembull, zgjedhësve të pavendosur mund t’iu drejtohen përmes mesazheve politike, të përshtatura për qëndrimet e tyre personale, ose atyre iu mohohet akses i ndaj informacionit, mallrave apo shërbimeve të caktuara.

Shumë shtete pjesëmarrëse të OSBE-së kanë paraqitur ose po paraqesin gjithnjë e më shumë regjime të mbrojtjes së privatësisë dhe të të dhënave personale, të zbatueshme në kontekstin e fushatave zgjedhore, si nga kandidatët, ashtu dhe nga palët e treta. Dispozitat duhet të garantojnë se privatësia e zgjedhësve mbrohet në mënyrë domethënëse, kur rregullat përcaktojnë qartë se kush mund të ketë akses tek të dhënat e zgjedhësve dhe në cilat kushte. Për më tepër, partitë politike dhe kandidatët duhet të kenë politikat e tyre, që garantojnë se të dhënat personale trajtohen në përputhje me standardet ndërkombëtare. Autoritetet rregullatore duhet të jenë të pavarur dhe të disponojnë burime të mjaftueshme për të kryer punën e tyre, ndërsa duhet të kenë gjithashtu kapacitetin dhe të jenë të veshur me kompetenca zbatuese për të ushtruar rolin e tyre në mënyrë të efektshme.⁸⁷

Ndërsa kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale janë të pozicionuara mirë për të mbledhur sasi të mëdha të dhënash sensitive për përdoruesit e tyre, pranohet gjerësisht se duhet përcaktuar përmes rregullave të rrepta se çfarë lloj informacionesh mund të mbledhin ata dhe si duhen trajtuar këto informacione. Është me rëndësi që vetë përdoruesit të dinë cilat janë të dhënat që grumbullohen, dhe kush mund të ketë akses tek ato. Ata duhet të kenë gjithmonë të drejtë ta japin ose ta tërheqin pëlqimin e tyre, kur bëhet fjalë për mbledhjen, ruajtjen dhe përpunimin e të dhënave të tyre. Për të njëjtën arsye, aksesit tek të dhënat për qëllime të ligjshme, në kushte që janë në përputhje me standardet ndërkombëtare, duhet të jetë i barabartë për të gjithë kandidatët.

Njëra nga nismat e para ndërkombëtare, në përgjigje të teknologjive të reja dixhitale dhe të nevojës për mbrojtje të të dhënave personale, është **Konventa e Këshillit të Evropës për Mbrojtjen e Individëve nga Përpunimi Automatik i të Dhënave**

⁸⁷ Legjislacioni për mbrojtjen e të dhënave, shpeshherë, u ka njohur zgjedhësve të drejtën për t’u informuar, të drejtën e aksesit, të drejtën e korrigjimit, të drejtën e fshirjes, të drejtën e kufizimit të përpunimit dhe të drejtën e kundërshtimit.

Personale (Konventa 108).⁸⁸ Konventa 108 gjen zbatim për të gjithë përpunimet e të dhënave, që kryhen nga sektorët publikë dhe privatë, dhe mbron individët nga abuzimet, që mund të shoqërojnë përpunimin e të dhënave personale, përfshirë fluksin ndërkuftar të të dhënave. Gjithashtu, të rëndësishme për disa pjesë të rajonit të OSBE-së janë nismat e BE-së, që, deri më sot, mbeten rregullimi dhe mbrojtja më e hollësishme dhe më e plotë e të dhënave personale. Ndër nismat përkatëse të BE-së përfshihen **kuadri i Rregullores së Përgjithshme për Mbrojtjen e të Dhënave (RRPMDH), Bordi Evropian për Mbrojtjen e të Dhënave dhe Kodi vullnetar i Praktikës së BE-së për Dezinformimin.** RRPMDH-ja përcakton rregulla të rrepta bazuar në pëlqimin individual për mbledhjen dhe përpunimin e të dhënave personale; Rregullorja vendos gjithashtu kufizime për përdorimin e (mikro)shënjestrimin. Dokumenti rendit një sërë shqetësimesh lidhur me (mikro)shënjestrimin përmes internetit, përfshirë pranimin se ai krijon mundësi për komunikim në “mënyra jotransparente” dhe mund të nënkuptojë përpunimin e të dhënave personale “në mënyrë të kundërligjshme në kontekstin zgjedhor”.⁸⁹ Një numër organizatash të shoqërisë civile kanë trajtuar gjithashtu, aspekte të caktuara të përdorimit të të dhënave personale për qëllime zgjedhore dhe të fushatës. Disa prej këtyre nismave kanë përhapje në mbarë botën dhe nismat e tyre kanë ndikuar në qeveri dhe organizata të ndryshme ndër-qeveritare, që miratojnë legjislacione dhe rregullore për mbrojtjen e të dhënave, përfshirë dhe ato në kontekstin zgjedhor.⁹⁰

88 Konventa 108 e Këshillit të Evropës, e vitit 1981, është i vetmi instrument ndërkombëtar, ligjërishit detyrues, për çështjen e mbrojtjes së të dhënave. Shih gjithashtu, faqet e posaçme të internetit të Këshillit të Evropës për mbrojtjen e të dhënave. Konventa 108 e modernizuar, e vitit 2018 (e njohur gjithashtu si Konventa 108+) riafirmoi parimet e sanksionuara në Konventën 108 origjinale, dhe paraqiti garanci plotësuese për mbrojtjen e të dhënave, “që duhen aplikuar në realitetet e reja të botës së internetit”.

89 Shih Rregulloren e Përgjithshme për Mbrojtjen e të Dhënave (RRPMDH) të BE-së, e vitit 2016, Bordin Evropian për Mbrojtjen e të Dhënave, Kodin e Praktikës për Dezinformimin dhe Manualin për Ligjin Evropian mbi Mbrojtjen e të Dhënave të Agjencisë së BE-së për të Drejtat Themelore, të vitit 2018.

90 Shih *Privacy International* 2019, “Teknologjia, të dhënat dhe zgjedhjet: një ‘verifikim’ për ciklin zgjedhor”



4.

QASJA E ODIHR-IT NDAJ VËZHGIMIT DHE VLERËSIMIT TË FUSHATAVE ZGJEDHORE NË RRJETET SOCIALE

Në këtë pjesë të Udhëzuesit shtjellohet lidhja e elementeve kryesore të fushatës në rrjetet sociale me fushatën e përgjithshme zgjedhore dhe qasja e ODIHR-it ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të këtyre aspekteve.

ODIHR-i e vëzhgon fushatën në rrjetet sociale në të njëjtën mënyrë siç vëzhgon fushatën e përgjithshme. Vëzhguesit e ODIHR-it analizojnë kuadrin ligjor lidhur me fushatën në përgjithësi, dhe në veçanti, në rrjetet sociale,

aktivitetet përmes internetit të kandidatëve në zgjedhje dhe përfshirjen e aktorëve të tjerë të rëndësishëm, si dhe aspektet financiare dhe publicitare të fushatës zgjedhore. Për shkak të burimeve të veta të kufizuara dhe periudhave të vëzhgimit relativisht të shkurtra, vëzhguesit e ODIHR-it vlerësojnë vetëm kuadrin ligjor dhe institucional lidhur me çështjet e mbrojtjes së konfidencialitetit të të dhënave. Vëzhguesit e ODIHR-it nuk mund të monitorojnë plotësisht, të vlerësojnë apo të përcaktojnë numerikisht nivelin e aktivitetit të fushatës dhe angazhimin e kandidatëve në rrjetet sociale, as saktësinë e fondeve të deklaruara për reklama në rrjetet sociale. Edhe pse aktivitetet e financimit të fushatës dhe aspektet lidhur me mbrojtjen e të dhënave nuk përkrijnë gjithmonë me periudhën e një aktiviteti vëzhgimi, vëzhguesit e ODIHR-it, gjithsesi, mund të mbledhin informacione të mjaftueshme, bazuar në vëzhgimet e drejtpërdrejta dhe takimet me bashkëbiseduesit, për të bërë një vlerësim të mbështetur tek informacioni.

4.1 MISIONI I VLERËSIMIT TË NEVOJAVE

ODIHR-i dërgon misione të vlerësimit të nevojave (MVN-të) për të bërë vlerësimin e nevojave për një aktivitet të vëzhgimit të zgjedhjeve, në një shtet pjesëmarrës të OSBE-së. Synimi i MVN-së është që të mësojë lidhur me besimin në procesin zgjedhor të aktorëve në zgjedhje, ecurinë e përgatitjeve për zgjedhje, ndryshimet në kuadrin ligjor dhe planet e kandidatëve për të bërë fushatë, nga pikëpamja e strategjive dhe temave të fushatës. Në këtë kontekst, është me rëndësi thelbësore që MVN-ja të bëjë një tablo të kuadrit rregullator për të bërit e fushatës në rrjetet sociale dhe të kuptojë përdorimin e rrjeteve sociale për qëllime politike dhe synimin e kandidatëve për t'i përdorur ato për të bërë fushatë. Bazuar në vlerësimin e këtyre aspekteve, MVN-ja duhet të rekomandojë përbërjen e përshtatshme të ekipit kryesor të vëzhgimit, që do të pasqyrojë nevojat e shtetit pjesëmarrës dhe aktivitetin e vëzhgimit. Në ndonjë kontekst, kur fushata meriton vëmendje të posaçme, MVN-ja mund të rekomandojë dërgimin e dy Analistëve Politikë.

4.2 MISIONI I VËZHGIMIT

Në kuadrin e aktiviteteve të ODIHR-it lidhur me zgjedhjet, Analisti Politik ka përgjegjësinë e përgjithshme që të bëjë vlerësimin e fushatës zgjedhore, përfshirë atë në rrjetet sociale. Megjithatë, disa pjesëtarë të ekipit kryesor të vëzhgimit luajnë role specifike gjatë vlerësimit të aspekteve të ndryshme të fushatës zgjedhore, dhe kur bën vlerësimin, Analisti Politik duhet të bashkëpunojë me Analistët e Medias, Analistët Ligjorë ose Analistët e Financimit të Fushatës dhe me Koordinatorin e Vëzhguesve Afatgjatë. Roli i Analistit Politik në vlerësimin e fushatës në rrjetet sociale shpjegohet më tej, në seksionin vijues të Udhëzuesit.

Ndërsa rrjetet sociale duhen trajtuar si diçka që është njëherazi unike dhe e dallueshme nga mediat elektronike, këto të fundit janë qartësisht afër standardeve të ngjashme dhe objekt i tyre, dhe shpeshherë, i kërkesave rregullatore njëlloj si për mediat tradicionale. Duke qenë se mediat elektronike vazhdojnë të kenë të përbashkëta me mediat tradicionale shumë karakteristika kryesore, është më e mira që vlerësimi i rolit të tyre në zgjedhje t'u lihet Analistëve të Medias, të cilët punojnë me metodologjinë e tyre të konsoliduar, por edhe “të gjallë”, për një vëzhgim dhe analizë cilësore dhe sasiore. Rrjetet sociale, nga ana tjetër, përziejnë lloje të ndryshme përmbajtjeje, përfshirë “postime” organike dhe reklama, dhe janë më të përhapura; janë të pozicionuara më mirë në fushën e kompetencave të Analistëve Politikë, të cilët janë të mirëpërgatitur për të vlerësuar strategjitë që zbatojnë kandidatët në zgjedhje, në kushte jo të lidhura me internetin dhe në internet, dhe mund t'i kuptojnë më mirë aktivitetet e aktorëve të tjerë në platforma, përfshirë ato, neutraliteti i të cilave ka rëndësi të dorës së parë për të garantuar respektimin e rregullave të barabarta të lojës. Në të njëjtën kohë, duke patur parasysh natyrën shpeshherë të ndërlidhur të fushatave përmes internetit, nga njëra anë, dhe rolin e mediave tradicionale apo të mediave elektronike dhe fenomenin e “rispostimit” të përmbajtjes së mediave në rrjetet sociale, nga ana tjetër, Analisti Politik dhe Analisti i Medias duhet të punojnë bashkërisht për arritjen e rezultateve më të mira.

Për vëzhgimin dhe vlerësimin e fushatës në rrjetet sociale, Analisti Politik bashkëpunon ngushtë me disa pjesëtarë të tjerë të ekipit kryesor të vëzhgimit. Duke qenë se fushatë vërtet demokratike është ajo, në të cilën kandidatët ballafaqohen në kushte të barabarta konkurrence, dhe përmbushin kërkesat ekzistuese për transparencë sa i takon të ardhurave dhe shpenzimeve të tyre në fushatë, është me rëndësi që aktivitetet e fushatës përmes internetit, përfshirë në rrjetet sociale, të analizohen ashtu si duhet lidhur me një sistem efektiv të deklarimit dhe mbikëqyrjes. Duke marrë në konsideratë kufirin nganjëherë të paqartë midis materialeve me pagesë dhe miratimeve “sistematike” të kandidatëve përmes teknikave të amplifikimit artificial ose “ripostimit” manual të përmbajtjes në rrjetet sociale, bërja e dallimit të qartë midis “reklamës” dhe dhënies së “përmbajtjes” (informacionit) mund të jetë e vështirë. Po ashtu, në rrjetet sociale mbizotërojnë veçanërisht fushatat nga “palë të treta” dhe/ose për “çështje politike”. Prandaj është me rëndësi që, në misionet me një Analist të posaçëm të Financimit të Fushatës, ky i fundit të bashkëpunojë ngushtë me Analistin Politik, për aspekte lidhur me financimin e fushatave përmes internetit.

Së fundi, me qëllim trajtimin e aspekteve të privatësisë dhe mbrojtjes së të dhënave, kur është fjala për bërjen fushatë në rrjetet sociale, Analisti Politik duhet të punojë gjithashtu, krah për krah, me Analistin Ligjor dhe Analistin e Zgjedhjeve të ekipit kryesor të vëzhgimit. Bashkërisht, ata do të përcaktojnë

çfarë lloj rregullash ekzistojnë, gjithnjë nëse ekzistojnë të tilla, me qëllim mbrojtjen e privatësisë së zgjedhësve. Përveç vlerësimit nëse kuadri ligjor për trajtimin e të dhënave personale është në pajtim me standardet ndërkom-bëtare, ata, bashkërisht, duhet të vlerësojnë efektshmërinë e mbikëqyrjes institucionale për mbrojtjen e të dhënave personale, siç diskutohet më tej, në këtë Udhëzues.

4.3 HARTIMI I REKOMANDIMEVE

Vëzhguesit e ODIHR-it mund të bëjnë rekomandime për aspekte të ndryshme të fushatës zgjedhore, përfshirë dhe të bërit fushatë në rrjetet sociale. Këto rekomandime mund të trajtojnë kuadrin ligjor ose zbatimin e tij, zhvillimin e fushatës, aktivitetin përmes internetit dhe sjelljen e kandidatëve në zgjedhje dhe palëve të tjera të interesit, përfshirë fushatat me pagesë, mbikëqyrjen institucionale dhe reagimet ndaj shkeljeve gjatë fushatës, si dhe përfshirjen e aktorëve të tjerë në fushatë, siç janë palët e treta dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale.

Duke patur parasysh fushën relativisht të re, dinamike dhe në zhvillim të vazhdueshëm, si dhe kompleksitetin e aktorëve të përfshirë në këtë lloj fushate, vëzhguesit e ODIHR-it duhet të tregojnë një qasje të kujdesshme dhe të ekuilibruar, kur bëjnë rekomandime, duke marrë në konsideratë të gjithë aspektet dhe palët përkatëse të interesit. Në të gjithë rastet, rekomandimet duhet të mbështeten me fakte konkrete të gjetura, të detajuara në raport dhe me referime ndaj angazhimeve të marra, detyrimeve ndërkombëtare, standardeve dhe praktikave më të mira.

Përmes rekomandimeve të ODIHR-it lidhur me fushatën synohet t'u vihet në ndihmë shteteve pjesëmarrëse në përpjekjet e tyre për të siguruar një mjedis fushate të lirë dhe të drejtë, me kushte të barabarta për të bërë fushatë për të gjithë kandidatët. Ndërsa është e vështirë të parashikohen çështjet specifike që mund të lindin gjatë vëzhgimit dhe të jepen shembuj konkretë, si dhe fakti që vëzhgimi i zgjedhjeve në këtë fushë është në zhvillim, pikat e sugjeruara më poshtë duhet të merren në konsideratë si pikënisje:

- Respektimi i lirive themelore, përfshirë lirinë e shprehjes përmes internetit, ndërsa kufizime të mundshme ndaj të gjitha lirive themelore mund të vihen vetëm në përputhje me dokumentet ndërkombëtare përkatëse;
- Promovimi i aksesit universal në internet dhe i neutralitetit të rrjetit;
- Zbatimi i parimit të mosdiskriminimit në të gjithë aspektet e fushatës në rrjetet sociale;

- Zbatimi i parimit të transparencës, lidhur veçanërisht me bërjen e reklamave në rrjetet sociale dhe me menaxhimin e përmbajtjes nga ana e kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale;
- Sigurimi i një mjedisi zgjedhor, në të cilin kandidatët në zgjedhje kanë shanse të barabarta për të bërë fushatë;
- Vendosja e masave efektive për promovimin dhe mbrojtjen e grupeve të ndryshme, të nënperfaqësuar në jetën politike dhe në zgjedhje;
- Hartimi i një kuadri të plotë dhe të efektshëm për trajtimin e sfidave, që paraqet përhapja e informacioneve me përmbajtje manipuluese;
- Promovimi i fushatave publike të informimit dhe ndërgjegjësimit për forcimin e besimit të zgjedhësve në proceset zgjedhore;
- Hartimi i një kuadri rregullator të fortë për bërjen e reklamave dhe mbrojtjen e të dhënave personale në rrjetet sociale;
- Forcimi i kuadrit institucional dhe i kapaciteteve për mbikëqyrjen e financimit të fushatave dhe mbrojtjen e të dhënave;
- Sigurimi i rrugëzgjdhjeve efektive dhe në kohë dhe i sanksioneve reale për shkeljet lidhur me fushatën në rrjetet sociale.⁹¹

Ashtu si në rastin e bërjes së rekomandimeve për aspekte të tjera të procesit zgjedhor, vëzhguesit e ODIHR-it duhet të bëjnë rekomandime për zhvillimin e fushatës zgjedhore në rrjetet sociale, që duhet të jenë të përpikta, konkrete, të zbatueshme dhe të synuara. Kjo do të thotë që rekomandimet trajtojnë mangësitë kryesore të fushatës dhe duhet të kërkojnë të korrigjojnë shkaqet bazë (të sakta) të tyre; janë specifike për rezultatin përfundimtar që duhet arritur, si dhe për mjetet e mundshme për arritjen e këtij rezultati (konkrete dhe të zbatueshme); dhe tregojnë qartë se cilës palë të interesit i drejtohen (të synuara).

91 Deklarata e Përbashkët e Kombeve të Bashkuara, OSBE-së dhe OSHA-së, e vitit 2020, për Lirinë e Shprehjes dhe Zgjedhjet në Epokën Dixhitale, bën një sërë rekomandimesh për aktorët shtetërorë dhe joshetërorë dhe për aspekte të ndryshme të parimeve të përgjithshme për fushatat përmes internetit, që mund të përdoren nga analistët, në procesin e hartimit të rekomandimeve. Më e rëndësishmja, dokumenti duhet përdorur si referencë dhe çdo rekomandim i ODIHR-it duhet të jetë specifik për shtetin pjesëmarrës përkatës dhe për zgjedhje të caktuara.



5.

ROLI I ANALISTIT POLITIK NË VËZHGIMIN DHE VLERËSIMIN E FUSHATËS ZGJEDHORE NË RRJETET SOCIALE

Në këtë seksion jepen udhëzime praktike për vëzhguesit e zgjedhjeve si të vlerësojnë dhe të ndjekin fushatat në rrjetet sociale, dhe në cilat aspekte duhet të përqendrohet vëzhgimi. Është me rëndësi të dorës së parë që të vihet në dukje se kjo temë është relativisht e re dhe në zhvillim të vazhdueshëm, gjë që mund të ndryshojë qasjet ndaj vlerësimeve.

Siç vihet më lart në dukje, Analisti Politik është pjesëtar i ekipit kryesor të vëzhgimit, i ngarkuar me vlerësimin e zhvillimit të fushatës zgjedhore, përfshirë atë në rrjetet sociale. Ashtu si në rastin e aspekteve të tjera të procesit zgjedhor, vlerësimi i fushatës në rrjetet sociale duhet bërë lidhur me detyrimet, angazhimet, standardet dhe parimet ndërkombëtare, si dhe me legjislacionin vendas, dhe duhet bazuar në analizën e kuadrit ligjor, takimet me bashkëbiseduesit dhe raportet e Vëzhguesve Afatgjatë (VA-të), si dhe në konkluzionet e nxjerra nga vëzhgimi i drejtpërdrejtë. Një qasje e tillë lejon të arrihet trekëndëzimi i fakteve të gjetura. Gama e gjerë e bashkëbiseduesve, që Analisti Politik takon zakonisht, gjatë një misioni, duhet të përfshijë aktorë të rinj, siç janë organizatat që monitorojnë rrjetet sociale dhe përfaqësuesit e platformave sociale.⁹² Megjithëse rëndësia dhe niveli i aktivitetit të fushatës përmes internetit po rriten, shumë aktorë politikë në rajonin OSBE-së i konsiderojnë rrjetet sociale më shumë si një hapësirë plotësuese kontakti sesa si zëvendësues të fushatave tradicionale. Për rrjedhojë, Analisti Politik duhet të zbatojë një qasje tërësore ndaj vëzhgimit dhe vlerësimit të fushatës së përgjithshme zgjedhore.

Një nga sfidat kryesore, me të cilat përballlet Analisti Politik në këtë fushë, është numri masiv i llogarive, aktorëve, profileve, faqeve dhe postimeve të disponueshme në internet dhe përcaktimi i atyre që duhen vëzhguar. Për më tepër, çdo aktor mund të krijojë llogari të shumta anonime, të automatizuara ose të rreme, të cilat përdorin një mori strategjish për të arritur tek zgjedhësit. Individë ose organizata mund të bëjnë fushatë në emër të një kandidati të caktuar ose kundër tij, për shembull, duke blerë përmbajtje të sponsorizuar, duke amplifikuar mesazhet e fushatës dhe duke përdorur “bot-sa”, me qëllim zgjerimin e mbulimit. Ndërsa bën një vlerësim, është me rëndësi që Analisti Politik të mbajë parasysh se aktorë pa lidhje formale me fushatat zyrtare të kandidatëve, gjithashtu, mund të bëhen aktivë, të tillë si: palët e treta dhe “influencuesit”. Kompleksiteti i punës me volume të mëdha të dhënash ndërlikohet më tej nga shpejtësia me të cilën shfaqen mesazhet dhe vështirësia për të përcaktuar vërtetësinë e tyre. Së fundi, zbatimi i rregullave mund të jetë veçanërisht i lodhshëm dhe i vështirë për vlerësimin për shkak të eksterritorialitetit.

Vëzhgim transparent: Në misionet lidhur me zgjedhjet, ODIHR-i ruan një nivel të lartë transparence dhe duhet të njoftojë publikisht, që në fillim, synimin e tij për të ndjekur aktivitetet përmes internetit të aktorëve të ndryshëm në zgjedhje. Konferenca për shtyp, në fillim të misionit, është një rast i mirë për të bërë një njoftim të tillë.

92 Analistit Politik i duhet që të bashkëpunojë ngushtë me Analistin Ligjor, me qëllim vlerësimin në mënyrë të efektshme të çështjeve që lidhen drejtpërsëdrejti me kuadrin ligjor, dhe atyre, që lidhen me aplikimin më të gjerë të lirive themelore dhe të të drejtave të njeriut; ai ose ajo, gjithashtu, duhet të punojë nga afër me Analistin e Medias, me qëllim vlerësimin e fushatës në rrjetet sociale, veçanërisht kur zgjidhet një kampion për vëzhgim dhe për çështje lidhur me lirinë e shprehjes.

5.1 VLERËSIMI I KUADRIT LIGJOR

Si detyrë të parë, Analisti Politik ka shqyrtimin e kuadrit ligjor lidhur me:

1. Dispozitat mbi rregulloret për fushatat përmes internetit dhe përmbajtjen në internet;
2. Dispozitat mbi bërjen e reklamave politike gjatë fushatës; dhe
3. Së bashku me Analistin Ligjor, regjimin e mbrojtjes së privatësisë dhe të të dhënave lidhur me bërjen e fushatës në rrjetet sociale.

a. Përmbajtja në internet

Vlerësimi i plotë i rregulloreve për fushatat përmes internetit përfshin një analizë të kuadrit të përgjithshëm ligjor sa i takon të drejtave civile dhe politike, që janë kushtet paraprake për konkurrencë të mirëfilltë. Në përputhje me metodologjinë e ODIHR-it për vëzhgimin e zgjedhjeve, e drejta e lirisë së shprehjes dhe zbatimi i saj trajtohen zakonisht, në vlerësimin e kuadrit ligjor dhe të rregulloreve për lirinë e medias, në përgjithësi. Për rrjedhojë, kur analizon nëse kuadri ligjor ekzistues është në pajtim me standardet ndërkombëtare dhe garanton akses tek liritë themelore përmes internetit, Analisti Politik duhet të bashkëpunojë nga afër me Analistin Ligjor dhe Analistin e Medias. Analisti Politik duhet të përcaktojë gjithashtu, nëse kuadri ligjor parashikon akses pa pengesa në rrjetet sociale dhe nëse sanksionon garanci të mjaftueshme për mjedisin e internetit, pa dhunë, ngacmime dhe frikësim, si për zgjedhësit, ashtu dhe për kandidatët.⁹³

Analisti Politik duhet të përcaktojë nëse rregulloret e përgjithshme për fushatën e shtrijnë veprimin mbi fushatën përmes internetit, apo nëse zbatohen rregullore specifike. Për më tepër, Analisti Politik duhet të vlerësojë nëse rregulloret parashikojnë zhvillimin e fushatave zgjedhore demokratike dhe konkurruese. Për këtë qëllim, Analistit Politik i duhet të analizojë nëse vepronë dispozita, me qëllim garantimin e kushteve dhe trajtimit të barabartë të kandidatëve në zgjedhje, dhe nëse ato zbatohen. Analisti Politik duhet të vlerësojë gjithashtu nëse, në legjislacion ose në praktikë, ekzistojnë kufizime të palejueshme ndaj aftësisë së kandidatëve për zhvillimin lirisht

93 Përveç kuadrit ligjor të përgjithshëm dhe atij për zgjedhjet, që shpeshherë rregullojnë zhvillimin e fushatës zgjedhore, veçanërisht të bërit fushatë përmes internetit, Analisti Politik dhe Analisti Ligjor duhet të marrin në konsideratë nëse ekzistojnë ligje për antiterrorizmin, krimin kibernetik, ngacmimin, dezinformimin apo lajmet e rreme, si dhe ndonjë rregullore specifike lidhur me bllokimin dhe filtrimin e përmbajtjes së postuar në internet, përfshirë regjimet për përgjegjësitë e ndërmjetësve.

të fushatave të tyre. Njëlloj duhen vlerësuar edhe dispozitat mbi keqpërdorimin e burimeve administrative përmes internetit.

Analisti Politik duhet të analizojë legjislacionin vendas dhe rregulloret lidhur me përputhjen me detyrimet dhe standardet ndërkombëtare dhe angazhimet e OSBE-së, sa i takon shpërndarjes së përmbajtjes dhe gjuhës së dëmshme që nxisin urrejtje dhe dhunë, si dhe llojeve të tjera të retorikës negative, përmbajtjes manipuluese dhe dezinformimit. Analisti Politik duhet të vlerësojë nëse ato kanë potencialin që të ndikojnë tek aftësia e zgjedhësve për të bërë zgjedhje të mbështetur tek informacioni, dhe nëse shteti dhe/ose aktorë të tjerë kanë marrë masat e duhura për të luftuar përmbajtjen manipuluese, në përputhje me detyrimet, standardet dhe parimet ndërkombëtare dhe angazhimet e OSBE-së.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A përputhet kuadri ligjor ekzistues me standardet ndërkombëtare dhe a garanton ai aksesin në liritë themelore, përfshirë dhe lirinë e shprehjes?
- ✓ A ekzistojnë ligje apo rregullore specifike, që rregullojnë zhvillimin e fushatës zgjedhore përmes internetit?
- ✓ A garantojnë dispozitat ligjore diversitet, pluralizëm dhe konkurrencë në fushatë?
- ✓ A përfitojnë të gjithë kandidatët në zgjedhje, kushte të barabarta aksesin në rrjetet sociale dhe gjatë përdorimit të tyre?
- ✓ A përballet ndonjëri nga kandidatët me kufizime ose pengesa të palejueshme sa i takon përmbajtjes së platformave apo mesazheve të fushatës së tyre?
- ✓ A është vënë re ndonjë rast dhune, ngacmimi apo frikësimi përmes internetit ndaj ndonjë kandidati a grupi specifik?
- ✓ A janë kandidatet dhe zgjedhëset gra apo kandidatët dhe zgjedhësit nga pakicat kombëtare, të pafavorizuar, kur bëhet fjalë për ushtrimin e të drejtave të tyre për ushtrimin e lirive themelore?
- ✓ A ofron kuadri ligjor ekzistues masa kundër gjuhës së rrezikshme dhe të dëmshme, përfshirë dhe kundër nxitjes së urrejtjes?
- ✓ A konsiderohen rrjetet sociale ligjërisht përgjegjëse për përmbajtjen e postuar në platformat e tyre?
- ✓ A janë kriteret për fshirjen e përmbajtjes të qarta, konsistente dhe të parashikuara me ligj? Çfarë sanksionesh veprojnë në rast mospërputhjeje? A ekziston ndonjë rrugëzgjidhje?
- ✓ A ekziston ndonjë dispozitë ligjore mbi heshtjen zgjedhore në internet?
- ✓ A ekziston ndonjë rregullore sa i takon publikimit të sondazheve/exitpoll-eve në internet?

b. Reklammat politike gjatë fushatës

Analistit Politik, në bashkëpunim me Analistin Ligjor (ose Analistin e Financimit të Fushatës, nëse është dërguar një i tillë), i duhet të vendosë nëse janë përcaktuar rregullat për reklammat politike gjatë fushatës në rrjetet sociale, dhe nëse dispozitat mbi financimin e fushatës, të tilla si: kufiri i shpenzimeve, kërkesat për deklarim, mekanizmat e mbikëqyrjes dhe sanksionet, gjejnë zbatim përmes internetit. Analistët duhet të verifikojnë nëse kërkesat për deklarim dhe rregulloret e tjera ofrojnë realisht të dhëna të mjaftueshme, që zgjedhësit, përpara se të hedhin votën e tyre, të kenë më shumë informacion për shpenzimet e fushatës së kandidatëve në rrjetet sociale. Mungesa e mekanizmave të rregullimit dhe zbatimit për reklammat politike në rrjetet sociale pakëson transparencën e përgjithshme të financimit politik dhe të fushatës.

Në ndërhyrjet rregullatore, me qëllim rritjen e transparencës së reklamave politike në internet, shpeshherë, ndër kufizime të tjera, përfshihen kërkesa për etiketimin e të gjitha materialeve të fushatës, si dhe përcaktimi i rregullave për deklarimin e shpenzimeve, dhe ndalimi i donacioneve nga subjekte publike dhe të huaj. Është e nevojshme që Analisti Politik të vlerësojë si rregullat, ashtu dhe zbatimin uniform të tyre. Analisti Politik duhet të bëjë gjithashtu, përpjekje për të analizuar masat e transparencës, që janë vënë në jetë nga platformat e rrjeteve sociale, në disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së, dhe nivelin, në të cilin ato kontribuojnë për qëndrueshmërinë e përgjithshme të kuadrit të financimit të fushatës. Është me rëndësi të mbahet parasysh se çdo kufizim, që gjen zbatim për fushatën, duhet të jetë i nevojshëm, proporcional dhe duhet të zbatohet në përputhje me ligjin, i cili duhet të përfshijë përkufizime të përpikta të shkeljeve. Analistët duhet të përcaktojnë gjithashtu, nëse ligji rregullon të bërit fushatë nga palët e treta dhe për “çështje politike”.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A vepron ndonjë kuadër rregullator për reklammat politike me pagesë përmes internetit?
- ✓ A parashikon kuadri ligjor transparencë të mjaftueshme të reklamave përmes internetit?
- ✓ A ofron kuadri ligjor garancitë e duhura dhe a detyron ai transparencë mjaftueshëm për bërjen e reklamave për fushatën në rrjetet sociale?
- ✓ A janë të detyruar kandidatët që të deklarojnë informacione për shpenzimet dhe a janë mjaftueshëm të hollësishëm raportet për financimin e fushatës, që të përfshijnë shpenzimet për reklammat përmes internetit?

- ✓ A e rregullon legjislacioni bërjen e fushatave përmes internetit nga palët e treta dhe për “çështje politike”? Nëse po, si zbatohet ai?
- ✓ A ekzistojnë rregullore që ndalojnë keqpërdorimin e burimeve administrative përmes internetit?
- ✓ A e rregullon kuadri ligjor mjaftueshëm, praktikën e të bërit fushatë nga palë të treta përmes internetit?

c. Mbrojtja e konfidencialitetit të të dhënave

Analisti Politik, së bashku me Analistin Ligjor dhe Analistin e Zgjedhjeve, duhet të analizojë nëse e drejta e privatësisë mbrohet ligjërisht, kur ushtrohet përmes internetit dhe në kontekstin e fushatës tradicionale, si dhe në aspektet e regjistrimit të zgjedhësve dhe të menaxhimit të zgjedhësve. Një analizë më e thelluar duhet bërë lidhur me detyrimet ndërkombëtare, në bazë të të cilave shteteve u kërkohet që të garantojnë se privatësia individuale respektohet dhe të dhënat personale përdoren në mënyrë të ligjshme, vetëm për qëllime të autorizuara, dhe se individët e interesuar e kanë dhënë në mënyrë të shprehur pëlqimin e tyre dhe kanë mundësi që ta tërheqin atë, në çdo kohë. Gjatë takimeve me partitë politike dhe kandidatët, Analisti Politik duhet të informohet gjithashtu, nëse ata kanë vënë në jetë politika për të garantuar që të dhënat personale trajtohen në pajtim me standardet ndërkombëtare. Së fundi, kur të dhënat për zgjedhësit të jenë në dispozicion, Analisti Politik duhet të vlerësojë se si janë marrë ato nga aktorë të ndryshëm, nëse zgjedhësit kanë dhënë pëlqimin për përdorimin e tyre dhe nëse partitë politike, kandidatët dhe palët e treta, janë në gjendje të hyjnë tek informacionet në kushte të barabarta.

Legjislacioni duhet të rregullojë marrjen, ruajtjen, përpunimin dhe përdorimin e të dhënave, si dhe të garantojë mbikëqyrjen efektive nga një autoritet kompetent dhe i pavarur. Në vlerësimin e misionit duhet të përfshihet shqyrtimi nëse ekzistojnë rregullore specifike për mbrojtjen e të dhënave të zgjedhësve, si dhe një analizë e kompetencave të autoritetit kompetent të mbikëqyrjes (që do të shtjellohen më poshtë, në këtë Udhëzues). Të dhënat nuk mund të ndahen me askënd që nuk është i autorizuar që t'i marrë, ruajë, përpunojë ose përdorë ato. Standardet ndërkombëtare parashikojnë që zgjedhësit duhet të jenë të informuar për shkallën se deri ku të dhënat e tyre mund të jenë të aksesueshme dhe përdoren nga aktorë shtetërorë ose privatë. Lidhur me përhapjen në rritje të (mikro)shënjestrimit të zgjedhësve përmes internetit, ekziston një mirëkuptim gjithnjë e më i dukshëm se zgjedhësit jo vetëm që duhet të jenë në gjendje që të identifikojnë reklamat politike përmes të dhënave të etiketimit ose të shtypit, por se ata duhet të jenë të informuar gjithashtu, kur dhe pse po shënjestrohen.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A ekziston ndonjë regjim i mbrojtjes së të dhënave?
- ✓ A i mbron legjislacioni mjaftueshëm të dhënat personale të zgjedhësve?
- ✓ A parashikon legjislacioni rregulla të qarta, në bazë të të cilave kandidatët në zgjedhje mund t'i përdorin të dhënat e përdoruesve të rrjeteve sociale?
- ✓ A parashikon legjislacioni rrugëzgjdhje efektive në rast të keqpërdorimit të të dhënave personale të zgjedhësve?
- ✓ A është rregulluar me ligj praktika e shënjestrimit (të zgjedhësve) dhe a zbatohen rregullat në praktikë?
- ✓ A gjen zbatim regjimi i mbrojtjes së privatësisë dhe të të dhënave në kontekstin e fushatës zgjedhore?
- ✓ A përfshin ai kandidatët dhe palët e treta?
- ✓ A zbatojnë partitë politike dhe kandidatët politika për të garantuar respektimin e mbrojtjes së privatësisë dhe të të dhënave?
- ✓ A janë aktorët e njohur ligjërish, të lejuar që të hyjnë në të dhënat e zgjedhësve, në kushte të barabarta?

5.2 VËZHGIMI DHE VLERËSIMI I AKTIVITETEVE TË FUSHATËS

Përveç analizës së kuadrit ligjor, Analisti Politik duhet të vlerësojë aktivitetet dhe sjelljen e kandidatëve dhe aktorëve të tjerë, në rrjetet sociale, gjatë periudhës zgjedhore. Si hap i parë, Analisti Politik duhet të përcaktojë rrjetet sociale, që janë të rëndësishme për procesin zgjedhor, të përzgjedhë një numër të kufizuar llogarish të përdoruesve dhe të përcaktojë shkallën, në të cilën, dhe qëllimet, për të cilat, ato përdoren në fushatë. Llogaritë e përzgjedhura duhen vëzhguar për të vlerësuar rolin që luajnë në zgjedhje pjesëmarrësit, aktorë të tjerë përkatës politikë, të tillë si: institucionet publike ose nëpunësit, si dhe palët e treta, përfshirë dhe “influcuesit” më të rëndësishëm. Analisti Politik duhet të jetë në gjendje të bëjë një paralelizëm midis zhvillimit në terren të fushatës dhe fushatës në rrjetet sociale, duke vënë në dukje ngjashmëritë, por dhe duke specifikuar ndonjë dallim të dukshëm.

Për të bërë vlerësimin dhe vëzhgimin e fushatës në rrjetet sociale, Analisti Politik mbështetet të paktën nga një asistent vendas, me përgjegjësi dhe detyra specifike për këtë mision. Ashtu si në rastin e asistentit vendas, që mbështet Analistin Politik, në vëzhgimin e fushatës tradicionale, është me rëndësi të mbahet parasysh se, duke qenë pjesëtarë të personelit vendas, që janë palë të drejtpërdrejtë interesi në zgjedhje, ata mund ta kenë të vështirë që të ruajnë neutralitet të plotë apo të perceptohen si neutralë, sidomos kur përballen me çështje politike konfliktuale. Të gjithë pjesëtarëve të misionit u kërkohet që të respektojnë Kodin e Sjelljes, por në funksion të ekspozimit të tyre përpara aktorëve politikë, Analisti Politik dhe asistentët duhet të

bëjnë kujdes të veçantë që të ruajnë paanësinë dhe integritetin e aktivitetit të vëzhgimit, për shkak të ekspozimit ndaj aktorëve politikë dhe zgjedhorë.

Gjatë vëzhgimit dhe vlerësimit të fushatës përmes internetit, Analisti Politik duhet të marrë në konsideratë këto aspekte:

- ♦ **Metodat dhe strategjitë:** Analistit Politik i duhet të përcaktojë se cilat platforma, metoda dhe aktivitete përdorin aktorët në zgjedhje, kur bëjnë fushatë përmes internetit. Gjatë vëzhgimit, ai ose ajo duhet të marrë në konsideratë nëse aktiviteti është gjeneruar apo riprodhuar nga përdoruesit, për shembull, duke ndarë me njëri-tjetrin përmbajtje ose link-et për artikujt e mediave, pavarësisht nëse artikulli përqendrohet në mobilizimin e zgjedhësve apo ndoshta shkurajon pjesëmarrjen në zgjedhje, si dhe çfarë lloj materiali ndahet me të tjerë (tekst, imazhe, video ose një kombinim i tyre). Për më tepër, në vëzhgim duhet të përfshihen aspekte të tilla siç është mundësia e kontaktit me grupe të caktuara të zgjedhësve, si: të rinjtë, ata që votojnë për herë të parë, gratë, pakicat kombëtare ose personat me aftësi të kufizuara, dhe, nëse është e mundur, përcaktimi nëse kandidatët zbatojnë një stil fushate të individualizuar apo ndjekin një qasje, që ka në qendër partinë dhe i bën jehonë mesazhit kryesor të fushatës së formacionit të caktuar.
- ♦ **Temat kryesore të fushatës:** Analisti Politik duhet të përcaktojë dhe të ndjekë gjithashtu, temat që diskutohen në rrjetet sociale, dhe në çfarë mase ato pasqyrojnë temat që paraqiten nga media dhe gjatë aktiviteteve zgjedhore. Kjo është e rëndësishme për të përcaktuar nëse fushata përmes internetit iu siguron zgjedhësve, përmbajtje të mjaftueshme për të bërë një zgjedhje mbështetur tek informacioni, dhe për të zbuluar nëse mund të ketë aspekte me interes më të gjerë për publikun apo të lidhur me zgjedhjet, të cilat janë trajtuar ose jo përmes internetit, apo janë diskutuar gjatë debateve përmes internetit, por të cilat mungojnë gjatë fushatës tradicionale. Analisti Politik duhet të përcaktojë cilat janë temat më të rëndësishme dhe të vlerësojë sa është e mundur, cilat tema dhe mesazhe duket se gjenerojnë jehonën më të madhe.⁹⁴
- ♦ **Toni dhe retorika:** Ashtu si në rastin e fushatës tradicionale, Analisti Politik duhet të vlerësojë tonin e përgjithshëm, si dhe stilin dhe llojin e retorikës, që përdorin aktorët në zgjedhje, në rrjetet sociale. Duhet vënë

94 Siç vihet në dukje më sipër, për shkak të natyrës së decentralizuar të rrjeteve sociale dhe përmbajtjes që gjenerohet nga përdoruesit, që lejon zgjedhësit që t'i bashkëndërtojnë axhendat në fushën e internetit, në disa raste, gama e temave që diskutohen përmes internetit, është më e gjerë sesa ajo e paraqitur nga mediat tradicionale, që janë objekt i politikave editoriale dhe të një rregullimi më të rreptë. Analisti Politik dhe Analisti i Medias duhet të përcaktojnë bashkërisht, nëse disa tema me interes publik censurohen nga ligjërimet politike, duke identifikuar arsyet pse mund të ndodhë kështu, dhe në varësi të kontekstit, duke e pasqyruar këtë në seksionet për Mjedisin e Fushatës ose për Mediat të raportit të misionit.

në dukje rastet e nxitjes së dhunës ose armiqësisë, retorikës provokuese, gjuhës së rrezikshme dhe të dëmshme, si dhe të përdorimit të përmbajtjes manipuluese, përfshirë nëse ajo përmban komente për aspekte teknike ose politike të procesit zgjedhor, apo diskrediton kandidatët e tjerë. Vlerësimi duhet të përcaktojë gjithashtu, nëse toni dhe gjuha e përdorur në internet ndryshon nga ajo, që haset në mitingjet e fushatës dhe në dalje të tjera publike.

- ♦ **Fushatë me pagesë:** Analisti Politik duhet të vlerësojë përdorimin e reklamave me pagesë nga ana e kandidatëve ose aktorëve të tjerë, përfshirë ato kundër ose në favor të një kandidati specifik. Në vijim të politikave lidhur me transparencën, që kanë iniciuar kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale në disa vende, aktivitetet financiare të partive politike, kandidatëve dhe aktorëve të tjerë në zgjedhje janë përfshirë në të ashtuquajturat biblioteka të reklamave ose përmbajtja me pagesë etiketohet si e tillë. Analisti Politik duhet të përcaktojë nëse ato janë mjaftueshëm transparente dhe lejojnë që shikuesit të identifikojnë sponsorët e tyre. Vëzhgimi dhe vlerësimi i përmbajtjes dhe aktivitetit me pagesë do të shtjellohet më poshtë.

Përzgjedhja se “çfarë” dhe “kush” duhet ndjekur në rrjetet sociale, duhet bërë mbi bazën e burimeve që ka në dispozicion Analisti Politik. Koha dhe personeli i kufizuar në dispozicion gjatë misionit, nga njëra anë, dhe moria e materialit në dispozicion në internet, nga ana tjetër, nënkupton se Analistët duhet t’i përqendrojnë përpjekjet e tyre në kampionet e menaxhueshme. Çdo analizë dhe vlerësim duhet të ndjekë parimet themelore të metodologjisë së ODIHR-it për vëzhgimin e zgjedhjeve dhe të mbështetet në një qasje sistematike, konsistente dhe të besueshme, bazuar në vëzhgimet e drejtpërdrejta. Analisti Politik, pra, duhet të përqendrohet në një periudhë kohe të përcaktuar saktësisht, shpeshherë duke u nisur nga momenti, kur ia ka dalë që vëzhgimi i fushatës përmes internetit të funksionojë gjatë gjithë kohëzgjatjes së fushatës ose periudhës së përgjithshme zgjedhore, si dhe të marrë një kampion të përcaktuar qartë. Më shumë sesa të analizohen postimet individuale apo të deklarohet nga pikëpamja sasiore, është një vlerësim cilësor, që pasqyron strategjitë, tonin, gjuhën dhe temat e fushatës, dhe të vlerësohet përputhja dhe zbatimi i rregullave të fushatës, si dhe të vihet në dukje çdo shkelje e mundshme, përfshirë keqpërdorimin e burimeve administrative.

a. Përzgjedhja e platformave

Analistit Politik i duhet që të identifikojë se cilat rrjete sociale përdoren më gjerësisht, gjatë procesit zgjedhor.⁹⁵ Vendimi lidhur me platformat që duhen ndjekur, duhet të jetë specifik për kontekstin dhe të marrë parasysh raportet e organizatave të tjera përkatëse ndërkombëtare ose kombëtare, takimet me bashkëbiseduesit dhe jo ekskluzivisht për numrin e përdoruesve ose ndjekësve dhe mbulimin e llogarive. Përzgjedhja e platformave duhet të pasqyrojë gjithashtu, mbulimin, përfshirë moshën mesatare të përdoruesve, gjuhën dhe diversitetin etnik. Në pjesën më të madhe të shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së, *Facebook* dhe *YouTube* janë rrjetet sociale që përdoren më rëndom për komunikimin politik dhe reklamat e fushatës, ndërsa *Twitter* përdoret përgjithësisht, nga politikanët dhe opinionistët për të krijuar narrativat politike. *Instagram* përdoret shpeshherë për të treguar mesazhet e fushatës, fotografitë e ngjarjeve dhe deklaratat të shkurtra nga fjalimet, por edhe për postime të përditshme dhe narrativa të shkruara. Në varësi të vendit ose rajonit, Analisti Politik mund të konstatojë se të tjera rrjete sociale janë më të rëndësishme, si për shembull: *Vkontakte* dhe *Odnoklasniki*.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ Cilat platforma përdoren më gjerësisht nga zgjedhësit, kandidatët në zgjedhje, aktorët e tjerë politikë dhe palët e interesit?
- ✓ Cilat platforma janë më popullore për përmbajtjen dhe lajmet politike?
- ✓ Si i përdorin aktorët politikë, platformat e ndryshme gjatë fushatës?
- ✓ A ekziston ndonjë platformë e njohur për përdorimin e dezinformimit?
- ✓ A ekziston ndonjë platformë, në të cilën grupe të caktuara zgjedhësish kanë pak a shumë gjasa që të jenë aktivë (apo të përjashtuar), të tillë si: pakicat kombëtare ose gjuhësore, zgjedhësit me moshë të re etj.?

b. Përzgjedhja e llogarive

Pas përzgjedhjes së platformave, Analistit Politik i duhet të vendosë lidhur me gamën e llogarive që duhen ndjekur. Për këtë qëllim, duhet hartuar një listë e llogarive të përdoruesve të partive, kandidatëve, “influencuesve” dhe institucioneve shtetërore përkatëse, bazuar në disa platforma të ndryshme. Meqenëse aktorët me popullaritet në botën dixhitale mund të ndryshojnë me shpejtësi, është me rëndësi që Analisti Politik të ruajë njëfarë shkalle fleksibiliteti dhe të përfshijë llogari të reja, që dalin në pah, gjatë fushatës. Ashtu si me procesin e përzgjedhjes së platformave, kampioni i llogarive duhet të jetë sa më shumë përfaqësues dhe të pasqyrojë diversitetin politik, social-ekonomik,

95 Ekzistojnë disa burime analitike dhe metrike për trafikun në internet, të cilat mund t'i vijnë në ndihmë Analistit Politik, gjatë përzgjedhjes së platformave, që duhen vëzhguar në një vend specifik. Në disa prej tyre përfshihen: www.similarweb.com; www.alexacom.com; www.statista.com.

rajonal, etnik dhe gjuhësor të vendit. Përmes një përzgjedhjeje të tillë duhet të synohet që të bëhen të njohura tendencat e përgjithshme, që karakterizojnë mjedisin e fushatës në kushtet e internetit, dhe të ofrohet një bazë e shëndoshë për vlerësim.

Nëse, në një kontekst të dhënë, ekziston një aktivitet i kufizuar përmes internetit dhe nëse burimet e misionit e lejojnë, për të zgjeruar gjetjet, mund të jetë e dobishme që parlamentarët dhe pushteti vendor të identifikojnë kandidatët kryesorë dhe aktorët politikë, përveç atyre që janë më të rëndësishëm në nivel kombëtar, në nivel vendor dhe në nivel rajonal, dhe që llogaritë e tyre të përfshihen në vëzhgim. Mund të jetë e dobishme që të vlerësohet se çfarë instrumentesh fushate përdorin ata dhe të hulumtohet nëse strategjitë dhe mesazhet e tyre janë të ngjashëm me ato në nivel kombëtar apo shfaqin tendenca unike. VAGJ-të mund të jenë veçanërisht të dobishëm, në identifikimin e këtyre aktorëve rajonalë. Sidoqoftë, është me rëndësi të mbahet parasysh se, ndërsa VAGJ-të mund të sqarojnë zhvillime të caktuara rajonale në rrjetet sociale, mbledhja e të dhënave dhe vlerësimi duhet të bëhen nga Analisti Politik.

Për të qenë koherent me parimet kryesore të metodologjisë së ODIHR-it për vëzhgimin e zgjedhjeve, përfshirë vërtetësinë e fakteve të gjetura, Analisti Politik vetëm duhet t'i përfshijë llogaritë e vërteta të përdoruesve të kampioni dhe t'i etiketojë saktë ato. Mund të ekzistojnë disa llogari të rrjeteve sociale, që përdorin të njëjtët emra ose emra të ngjashëm të aktorëve të ndryshëm në zgjedhje – nëse vërtetësia e tyre është e diskutueshme, nuk duhet supozuar thjesht se ato u përkasin aktorëve të supozuar. Nëse ekzistojnë llogari “të rreme”, që tërheqin vëmendje të konsiderueshme të publikut, ato mund të përfshihen në analizë dhe të vlerësohen veçmas, duke u bazuar veçanërisht, në përhapjen e përmbajtjes së dëmshme ose manipuluese. Parimet e Kodit të Sjelljes për vëzhguesit e ODIHR-it duhet të respektohen dhe paanësia duhet ruajtur gjatë gjithë kohës, kur vëzhgohen rrjetet sociale. Ndërsa llogaritë e politikaneve, partive dhe aktorëve të tjerë vazhdojnë të ndiqen, pjesëtarët e misionit duhet të shmangin ndarjen e tyre me të tjerë, komentimin e tyre apo ndonjë aktivitet tjetër, që mund të kompromentojë integritetin e aktivitetit lidhur me zgjedhjet.

i. Kandidatët në zgjedhje

Përveç zgjedhësve, kandidatët dhe partitë politike janë aktorët kryesorë në garat zgjedhore. Analisti Politik duhet t'i ndjekë natyrisht, profilet dhe llogaritë e tyre. Për zgjedhjet parlamentare ose vendore, kur nuk është e mundur që të ndiqen të gjithë kandidatët, me qëllim që të ruhet paanësia dhe objektiviteti, llogaritë e përzgjedhura duhet të ofrojnë një kampion përfaqësues të kandidatëve të të gjithë spektrit politik, përfshirë ata, të cilët mbështesin qeverinë, opozitën, kandidatët e propozuar nga formacionet e përfaqësuara në parlament dhe jashtë parlamentit, si dhe të partive ose kandidatëve, që

përfaqësojnë pakica të ndryshme kombëtare ose fetare. Është me rëndësi gjithashtu që të ndiqen llogaritë, të cilat u përkasin atyre, që përfaqësojnë kandidatet gra, personat me aftësi të kufizuara dhe grupe të tjera të cënueshme. Në rast se numri i kandidatëve është i lartë, Analisti Politik duhet të hartojë një listë më të ngushtë dhe të vendosë të ndjekë kandidatët me profil veçanërisht të lartë.⁹⁶ Sidoqoftë, një përzgjedhje paraprake e tillë duhet të jetë proporcionale dhe nuk duhet të bëhet në dëm të kandidatëve që përfaqësojnë subjekte më të vogla politike apo grupe të pakicave.

ii. Institucionet shtetërore dhe aktorët politikë

Përveç pjesëmarrësve të drejtpërdrejtë në zgjedhje, Analisti Politik duhet të marrë parasysh që të ndjekë aktivitetet përmes internetit të aktorëve të tjerë politikë, përfshirë partitë që nuk kanë vënë ndonjë kandidat, ose të institucioneve shtetërore, vendore ose institucioneve të tjera publike, me rëndësi për procesin dhe fushatën zgjedhore. Përzgjedhja duhet të jetë gjithashtu, specifike për kontekstin dhe mund të përfshijë llogaritë e organit të administrimit zgjedhor (OAZ), qeverisë, kryeministrit apo presidentit. Përveç kësaj, në vëzhgim mund të përfshihen disa ministri, autoritete gjyqësore ose avokati i popullit. Analisti Politik i duhet të analizojë nëse ndonjëri prej këtyre aktorëve mund t'i përdorë rrjetet sociale për qëllime fushate. Është me rëndësi të veçantë të vëzhgohet nëse burimet administrative keqpërdoren për fushata përmes internetit, apo nga ana tjetër, të vlerësohet nëse “përmbajtja”, që shfaqet në faqet e këtyre institucioneve, mund t’u japë në mënyrë të nënkuptuar, avantazh të palejueshëm disa kandidatëve. Prandaj është me rëndësi që, sa është e mundur, të ndiqen edhe aktivitetet përmes internetit të nëpunësve të lartë vendorë ose rajonalë, përfshirë guvernatorët apo kryetarët e bashkive, si dhe të arrihet të kuptohet roli i tyre në fushatë, nëse kanë.

iii. Aktorët e tjerë

Për të përfshirë një tablo të plotë të fushatës përmes internetit, është me rëndësi që Analisti Politik të marrë në konsideratë ndjekjen e një spektri më të gjerë të aktorëve në zgjedhje. Kjo nuk kërkon detyrimisht që të përfshihet një grup fiks, i paracaktuar aktorësh, prandaj Analisti Politik duhet të ruajë njëfarë shkalle fleksibiliteti. Çdo përzgjedhje varet nga konteksti specifik për vendin – ndër aktorët mund të përfshihen organizatat e shoqërisë civile, aktivistët dhe “influencuesit”, si dhe çdo palë tjetër e tretë, e angazhuar në

96 Gjatë zgjedhjeve parlamentare ose vendore, përzgjedhja e llogarive mund të jetë një detyrë veçanërisht e vështirë, duke patur parasysh numrin e kandidatëve. Në disa raste, Analisti Politik mund ta kufizojë vëzhgimin në llogaritë e partive kryesore, që nxjerrin kandidatë, dhe të drejtuesve të tyre, si dhe të kandidatëve, të cilët janë jashtëzakonisht aktivë në internet.

fushatë. Përgjithësisht, Analisti Politik duhet të përpiqet që të përcaktojë kontekstin dhe motivet për përfshirjen e palëve të treta, dhe nëse është e mundur, të përcaktojë nëse aktivitetet e tyre janë ose duhet të jenë objekt i rregulloreve për financimin e fushatave. Në këtë kontekst, vëzhgimi mund të përfshijë opinionistët, gazetarët, akademikët, organet fetare apo përfaqësuesit e tyre të lartë, sindikatat, si dhe organizatat që përfaqësojnë të rinjtë dhe pakicat gjinore ose kombëtare.

Mund të krijohet një listë e plotë e aktorëve dhe llogarive, me mbështetjen e asistentëve vendas, të cilët duhet ta kuptojnë mirë mjedisin politik dhe zgjedhor. Përzgjedhja mund të bëhet edhe duke u këshilluar me Analistin e Medias. Procesi mund të mbështetet, gjithashtu, në informacionet e mbledhura gjatë takimeve me bashkëbiseduesit dhe diskutimet me ekspertët e medias ose ekspertët politikë. Gjatë kontekstualizimit dhe interpretimit të të dhënave të mbledhura, këshillohet gjithashtu, që Analisti Politik të takohet me organizata të shoqërisë civile, grupe vendase të monitorimit dhe organizatat vendore, që përqendrohen në rrjetet sociale.

c. Mbledhja e informacionit

Informacioni nga postimet publike, që gjendet në llogaritë e përzgjedhura, duhet të mblidhet në mënyrë sistematike dhe të organizohet në mënyrë metodologjike. Për këtë qëllim, Analisti Politik duhet të krijojë një bazë të dhënash, ku ruhen elemente të ndryshëm të vëzhgimit të tij. Afati kohor për vëzhgim duhet të përfshijë periudhën e fushatës, shpeshherë, duke u nisur nga momenti, kur Analisti Politik është në gjendje që të bëjë vëzhgimin e fushatës përmes internetit dhe të vazhdojë gjatë gjithë kohëzgjatjes së fushatës, gjatë periudhës së përgjithshme zgjedhore ose pas propozimit të kandidatëve.

Bazuar në të dhënat e mbledhura nga rrjetet sociale, Analisti Politik duhet të jetë në gjendje që të përcaktojë ngjashmëritë midis formës në kushte të lidhura me internetin dhe formës tradicionale të fushatës, dhe të vërë në dukje ndonjë ndryshim të rëndësishëm. Baza e të dhënave duhet të ofrojë gjithashtu, informacion të mjaftueshëm që Analisti Politik të nxjerrë konkluzione për metodat dhe strategjitë e përdorura për të bërë fushatë në rrjetet sociale, përfshirë natyrën e përmbajtjes (“organike” falas apo me pagesë, e gjeneruar nga përdoruesit apo e ndarë me të tjerë, në favor apo kundër pjesëmarrjes së zgjedhësve etj.), dhe llojin (tekst, imazh, video ose një kombinim i tyre). Për më tepër, në analizë duhet të përfshihen aspekte që kanë të bëjnë me ndërgjegjësimin e grupeve specifike të zgjedhësve, siç janë të rinjtë, ata që votojnë për herë të parë, gratë apo pakicat kombëtare. Nëse e lejojnë objekti dhe afatet kohore të misionit, mund të jetë e dobishme që të vlerësohet nëse strategjitë e fushatës kanë ndryshuar gjatë fushatës, për shembull, në vijim të një ngjarjeje të rëndësishme.

Për t'i kuptuar mirë strategjitë për ndërgjegjësimin, Analisti Politik duhet t'i kushtojë vëmendje volumit dhe shkallës së aktiviteteve, ndër të cilat mund të përfshihet numri i postimeve, reklamave me pagesë, komenteve dhe reagimeve të përdoruesve. Ndonëse nuk pritet ndonjë numërim i saktë i këtyre hollësive dhe Analisti Politik, në fakt, duhet të përpiqet për një vlerësim cilësor, mund të përcaktohen disa tendenca numerike bazë. Ndër to mund të përfshihen referimet e përgjithshme ndaj shpeshhtësisë së postimeve nga ana e kandidatëve, si dhe reagimet dhe komentet nga ana e ndjekësve të tyre. Aktivitetet e aktorëve të tjerë politikë, të institucioneve shtetërore ose publike, por dhe të palëve të treta, mund të analizohen nga pikëpamja cilësore. Rastet, që kanë të bëjnë me keqpërdorimin e burimeve administrative, “gjuhën e urrejtjes”, retorikën negative ose tjetër përmbajtje manipuluese, duhet të analizohen veçmas, rast pas rasti, dhe duhet të shoqërohen me përshkrime më të hollësishme.⁹⁷

Nëse koha dhe burimet e tjera e lejojnë, Analisti Politik mund të shkojë përtej qasjes së sipërpërmendur bazuar tek aktorët e përfshirë, dhe të bëjë kërkime duke përdorur fjalët kyç, përfshirë terma që mendohet ose pritet të jenë të rëndësishme në fushatë. Për ta lehtësuar këtë gjë, Analisti Politik duhet të identifikojë frazat, parullat dhe *hashtag*-ët (p.sh.: #referendum2018), që përdoren ose ka gjasa të përdoren për të përcaktuar përmbajtjen që ka të bëjë me zgjedhjet ose fushatën.

Siç vihet në dukje më sipër, Analisti Politik duhet t'i kushtojë vëmendje të posaçme trajtimit dhe retorikës së përdorur kundrejt grupeve të ndryshme, të papërfaqësuar mjaftueshëm. Për shembull, dhuna në internet ndaj grave është gjithnjë e më e pranishme gjatë periudhave të fushatës.⁹⁸ Ajo mund të manifestohet përmes ngacmimit, bulizmit, bulizimit nga turma, postimeve të materialeve të dukshme pamore, postimeve dhe ndarjes së përmbajtjes së dhunshme me të tjerë, kërcënimeve me vdekje dhe përdorimit të komenteve me përmbajtje seksuale dhe fyese, dhe imazhe ose video të ndryshuara (falsifikime të mëdha). Për shkak të mundësisë së anonimitetit të përdoruesve dhe të natyrës së decentralizuar të rrjeteve sociale, këto akte dhune mund t'i kapërcejnë lehtësisht kufijtë shtetërorë dhe të kenë efekte, që është vështirë të luftohen apo korrigjohen. Analisti Politik duhet ta vëzhgojë nga afër praninë e kësaj në fushatë, ndaj kandidatëve, por dhe ndaj zgjedhëseve dhe mbështetëseve gra, dhe të vlerësojë ndikimin e tyre në kryerjen e fushatës zgjedhore, si dhe reagimet e institucioneve

97 Vëzhgimet e incidenteve në internet, përfshirë ato që kanë të bëjnë me “gjuhën e urrejtjes”, nxitjen e dhunës apo përmbajtje tjetër manipuluese, duhet të regjistrohen si duhet, mundësisht me *screenshots*, dhe të arkivohen.

98 Shih Udhëzuesin e Kombeve të Bashkuara dhe PNUD-it për Parandalimin e Dhunës ndaj Grave në Zgjedhje, të vitit 2017. Në Udhëzues thuhet se: “Dhunë ndaj grave në jetën politike, përfshirë gjatë zgjedhjeve dhe më pas, është çdo akt ose kanosje për dhunë për shkak të gjinisë, që rezulton në dëm fizik, seksual dhe psikologjik apo në vuajtje për gratë, që u ndalon atyre të ushtrorjën dhe të realizojnë të drejtat e tyre politike, në hapësira publike ose private, përfshirë të drejtën e votimit dhe të drejtën për të ushtruar funksione publike, që të votojnë në fshehtësi dhe të bëjnë fushatë lirisht, që të organizohen, si dhe që të kenë lirinë e mendimit dhe të shprehjes. Një dhunë e tillë mund të ushtrohet nga një pjesëtar i familjes, një pjesëtar i komunitetit dhe/ose nga shteti”.

dhe shoqërisë ndaj këtyre praktikave negative.⁹⁹ Për më tepër, Analisti Politik mund të mbajë shënim dhe të deklarojë mbi ato masa dhe nisma pozitive, të ndërmarra nga shtetet, partitë politike, kandidatët në zgjedhje, shoqëria civile apo rrjetet sociale, që synojnë ta trajtojnë dhe ta luftojnë dhunën ndaj grave në internet. Përveç fushatave të ndërgjegjësimit për parandalimin e dhunës ndaj grave, që zhvillohen kryesisht në bashkëpunim me shoqërinë civile dhe organizatat ndërkombëtare, në disa prej nismave të ndërmarra nga rrjetet sociale përfshihen: zbatimi i të ashtuquajturave standarde komunitare, që kanë të bëjnë me mbrojtjen e grave, vendosja e mekanizmave të reja për privatësinë dhe sigurinë dhe zhvillimi i teknologjisë kompjuterike për të zbuluar dhe hequr përmbajtjen që përfshin këtë lloj dhune.

5.3 VËZHGIMI DHE VLERËSIMI I REKLAMAVE POLITIKE GJATË FUSHATËS

Disa aspekte të reklamave të fushatës në rrjetet sociale meritojnë vëmendje të posaçme, të tilla si:

1. Respektimi i parimit të transparencës, përfshirë sasinë e të dhënave të vëna të dispozicion të publikut, në reklamat në rrjetet sociale, nga kandidatët në zgjedhje, partitë politike dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale;
2. Kërkesat që kandidatët ose aktorët e tjerë t'i deklarojnë aktivitetet e tyre publicitare në internet; dhe
3. Përfshirja e aktorëve të ndryshëm në fushatë, përfshirë palët e treta, që pretendojnë se nuk kanë lidhje me kandidatët.

a. Transparenca e reklamave

Në vijim të vlerësimit të kuadrit ligjor, Analisti Politik ose Analisti i Financimit të Fushatës, nëse dërgohet një i tillë, duhet të vlerësojë zbatimin në praktikë të dispozitave mbi përforcimin e transparencës gjatë fushatave zgjedhore në rrjetet sociale. Pra, ata duhet të përcaktojnë nëse përmbajtja e fushatës etiketohet qartë që të tregojë se kush e bën promovimin e reklamës, dhe nëse informacioni mbi të ardhurat, që kanë siguruar kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale nga fushatat politike dhe zgjedhore, është në dispozicion të publikut. Për më tepër, duke patur parasysh rëndësinë e kushteve të barabarta të konkurrencës, Analisti Politik duhet të vlerësojë nëse

99 Shih Vendimin e Këshillit Ministror të OSBE-së nr. 4/18 për Parandalimin dhe Luftën kundër Dhunës ndaj Grave, në të cilin iu bëhet thirrje shteteve pjesëmarrëse që “të inkurajojnë të gjithë aktorët përkatës [...] që të kontribuojnë për të parandaluar dhe luftuar të gjitha format e dhunës ndaj grave, përfshirë ata, të cilët ushtrojnë veprimtari profesionale me shpenzime publike, dhe/ose në interes të shoqërisë”. Shih gjithashtu, Rekomandimin e Komitetit të Ministrave të Këshillit të Evropës (2019)1 për parandalimin dhe luftën kundër seksizmit.

kandidatët në zgjedhje kanë akses të barabartë për të bërë fushatë në rrjetet sociale në mënyrë jodiskriminuese, dhe mundësi të barabarta për të bërë fushatë (për shembull, nëse ka ndryshim në tarifat e reklamave).¹⁰⁰

Përballë shqetësimeve në rritje sa i takon përdorimit dashakeq të rrjeteve sociale gjatë fushatave zgjedhore, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale kanë filluar të rrisin transparencën lidhur me reklamën politike. Ndër masat e marra përfshihen kufizimet se kush mund të vendosë reklama politike, detyrimi i reklamuesve për t'iu nënshtruar procedurave më të rrepta verifikuese dhe deklarimi publik i identitetit të tyre. Çfarë bie në sy është se disa kompani kryesore të teknologjisë dixhitale kanë filluar t'i etiketojnë reklamën politike me pagesë dhe t'i bëjnë informacionet e grumbulluara për to më lehtësisht të aksesueshme në internet. Në disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së, bibliotekat e reklamave, që kanë platformat, janë bërë një burim gjithnjë e më i rëndësishëm për aktorët e interesuar, të tillë si: vëzhguesit e zgjedhjeve në media dhe shoqëria civile. Me rëndësi është që Analisti Politik të bëjë përpjekje për të përcaktuar nëse platformat kanë siguruar ndarjen e duhur midis reklamave politike dhe formave të tjera të përmbajtjes politike të sponsorizuara dhe që ka lidhje me zgjedhjet.

Për të mbështetur vlerësimin e tij të përgjithshëm, Analisti Politik mund të përdorë programet e grumbullimit, që ofrojnë platformat, siç janë bibliotekat, për të identifikuar cilat parti politike apo cilët kandidatë janë më aktivët, gëzojnë vëmendjen më të madhe ose kanë shpenzuar shumën më të madhe të parave në rrjetet sociale. Bibliotekat e reklamave, gjithashtu, mund të ndihmojnë Analistin Politik që të përcaktojë më mirë tonin e fushatës, dhe të kërkojë elemente të fushatës negative apo aspekte, që gjykohet se janë në shkelje të ligjit ose të standardeve ndërkombëtare, përfshirë nxitjen dhe gjuhën e dëmshme. Analisti Politik duhet të synojë që të verifikojë nëse informacioni që pasqyrohet në bibliotekat e reklamave, përkon me shumën që deklarojnë kandidatët pranë autoritetit të mbikëqyrjes. Më poshtë do të shtjellohen disa prej programeve të disponueshme.

Për shkak të sasisë së madhe të përmbajtjes me pagesë në internet dhe të teknikave të (mikro)shënjestrimit, që përdorin kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale dhe subjekte të tjera, Analisti Politik mund të mos jetë

100 Në përputhje me standardet dhe angazhimet ndërkombëtare, për të patur mundësi të barabarta për të bërë fushatë, kandidatëve në zgjedhje duhet t'u ofrohen të njëjtat tarifa, si kur përdorin format tradicionale të të bërit fushatë, të tilla si: tabela lajmërimesh, afishe dhe ekspozim të materialeve të tjera të shtypura, ashtu dhe kur bëjnë fushatë në mediat audiovizive. Sidoqoftë, lidhur me fushatën përmes internetit, pjesa më e madhe e kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale përdorin bërjen e reklamave “me ankand” ose me anë të një sistemi ofertash, që shpeshherë shprehet në tarifa të ndryshme për kandidatët në zgjedhje.

në gjendje t'i vëzhgojë dhe t'i vlerësojë të gjitha reklamata e prodhuara nga kandidatët në zgjedhje ose palët e treta. Për më tepër, ajo, që platforma të ndryshme përfshijnë në bibliotekat e tyre të reklamave, ndryshon nga njëri shtet pjesëmarrës i OSBE-së tek tjetri. Për shembull, në disa vende jepen lista vetëm të reklamave të vendosura nga kandidatët e regjistruar, ndërsa në vende të tjera, shfaqen dhe reklama të palëve të treta dhe për “çështje politike”. Shumë platforma mbledhin dhe vënë në dispozicion disa të dhëna për “(mikro)shënjestrimin” e zgjedhësve apo për “fuqizimin” e përmbajtjes, që mund të jenë të përafërta me reklamën.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A etiketohet reklama politike qartë gjatë fushatës?
- ✓ A kanë kandidatët në zgjedhje të njëjtat mundësi për të bërë fushatë, d.m.th., nëse tarifat për reklamata janë të njëjta për të gjithë kandidatët?
- ✓ A vihen tarifat në dispozicion të publikut?
- ✓ A ekziston ndonjë teknikë (mikro)shënjestrim, që përdorin kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, kandidatët në zgjedhje dhe aktorët e tjerë, dhe nëse zgjedhësit janë të informuar?
- ✓ Sa të efektshme janë përpjekjet që bëjnë kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, për të luftuar abuzimet në fushën e reklamës politike dhe/ose të fushatës në rrjetet sociale?
- ✓ A kontribuojnë programet për rritjen e transparencës, të tilla si: bibliotekat e reklamave të krijuara nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, në transparencën e përgjithshme të financimit politik dhe të fushatës?

b. Kërkesat për të bërë deklarin

Deklarimi i financave të fushatës është masë e rëndësishme për të garantuar llogaridhënien dhe transparencën, duke përfshirë dhe fushatën në rrjetet sociale.¹⁰¹ Në pjesën më të madhe të shteteve pjesëmarrëse të OSBE-së, kandidatët në zgjedhje kanë detyrimin që të deklarojnë shpenzimet e tyre në fushatë. Është me rëndësi që, ndër të tjera, partitë dhe kandidatët të shpjegojnë gjithashtu sa është shpenzuar për reklama në rrjetet sociale. Kjo do të thotë që raportet e tyre për financimin e fushatës duhet të jenë mjaftueshëm të hollësishëm, që të pasqyrojnë shpenzimet për fushatën përmes internetit. Misioni duhet të vlerësojë nëse shifrat e përfshira në raporte, përkojnë me numrin e përafërt, shpeshtësinë dhe shtrirjen gjeografike të reklamave

101 Manuali i ODIHR-it për Vëzhgimin e Financimit të Fushatës vë në dukje se raporti për financimin e fushatës është instrumenti kryesor politik për të garantuar që kandidatët në zgjedhje të respektojnë sistematikisht dhe plotësisht legjislacionin që rregullon financimin. Një legjislacion i tillë, përgjithësisht, parashikon informacionin që duhet të depozitohen partitë dhe kandidatët politikë, për kontributet dhe shpenzimet për fushatën e tyre, si dhe kur dhe si duhen depozituar këto raporte. Ky informacion ndihmon organin mbikëqyrës që të vlerësojë nëse partitë dhe kandidatët e kanë respektuar ligjin.

të fushatës, siç janë vëzhguar gjatë misionit dhe kanë deklaruar kandidatët dhe palët e treta në bibliotekat e rrjeteve sociale, nëse ekzistojnë të tilla. Gjithashtu, misioni duhet të vlerësojë nëse shpenzimet janë pasqyruar në mënyrë transparente, në raportet e kandidatëve për financimin e fushatës, dhe të përcaktojë se sa të hollësishëm janë këto raporte dhe sa është arritur që të hartohen në kohën e duhur.

Analisti Politik duhet të vlerësojë me kujdes ekuilibrin midis deklarimit publik dhe mbrojtjes së të dhënave personale. Përgjithësisht, informacioni që duhet deklaruar, duhet t'i lejojë publikut që të identifikojë donatorin, shumën e kontributit dhe kur është derdhur. Në raportet financiare të kandidatëve në zgjedhje duhet të përfshihen kontributet në natyrë për fushatën përmes internetit; Analisti Politik duhet të gjykojë si janë vlerësuar këto donacione dhe nëse standardet e transparencës aplikohen njëllë për të gjithë kandidatët.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A kanë kandidatët në zgjedhje dhe palët e treta, të përfshira në fushatë, detyrimin që të deklarojnë lidhur me aktivitetet e fushatës së tyre përmes internetit?
- ✓ A publikohen këto raporte në kohën e duhur?
- ✓ A zbatohen dispozitat ligjore në mënyrë konsistente dhe efektive?
- ✓ A kanë zbatuar kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale ndonjë masë për rritjen e transparencës, siç është krijimi i bibliotekave të reklamave?
- ✓ A i përmbushin platformat e rrjeteve sociale detyrimet e tyre për të bërë deklarimin?
- ✓ Ç'loj të dhënash dhe informacionesh mbi fushatën dhe reklamat politike gjatë periudhës zgjedhore, mund të merren nga platformat?
- ✓ A përkojnë shumat që u deklarojnë autoriteteve të mbikëqyrjes kandidatët dhe palët e treta, të përfshira në fushatë, me ato që publikohen nga platformat e rrjeteve sociale??

c. Fushata nga palët e treta

Vlerësimi i përfshirjes së palëve të treta dhe i bërjes së reklamave për “çështje politike” në rrjetet sociale mund të jetë i vështirë. Ashtu si në rastin e formave tradicionale të fushatës, agjitacioni zgjedhor nuk përfshihet në sferën ekskluzive të veprimit të partive politike dhe kandidatëve. Grupe dhe individë mund t'i promovojnë aktivisht kandidatët, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose duke nxjerrë në pah çështje që tërheqin zgjedhësit dhe mund të lidhen me zgjedhje politike ose kandidatë specifikë.

Reklamat nga palët e treta dhe për “çështje politike” mund të jenë karakteristika pozitive të fushatës zgjedhore, çka sinjalizon një angazhim më të gjerë të shoqërisë në politikë dhe në zgjedhje. Grupet e interesit dhe organizatat e

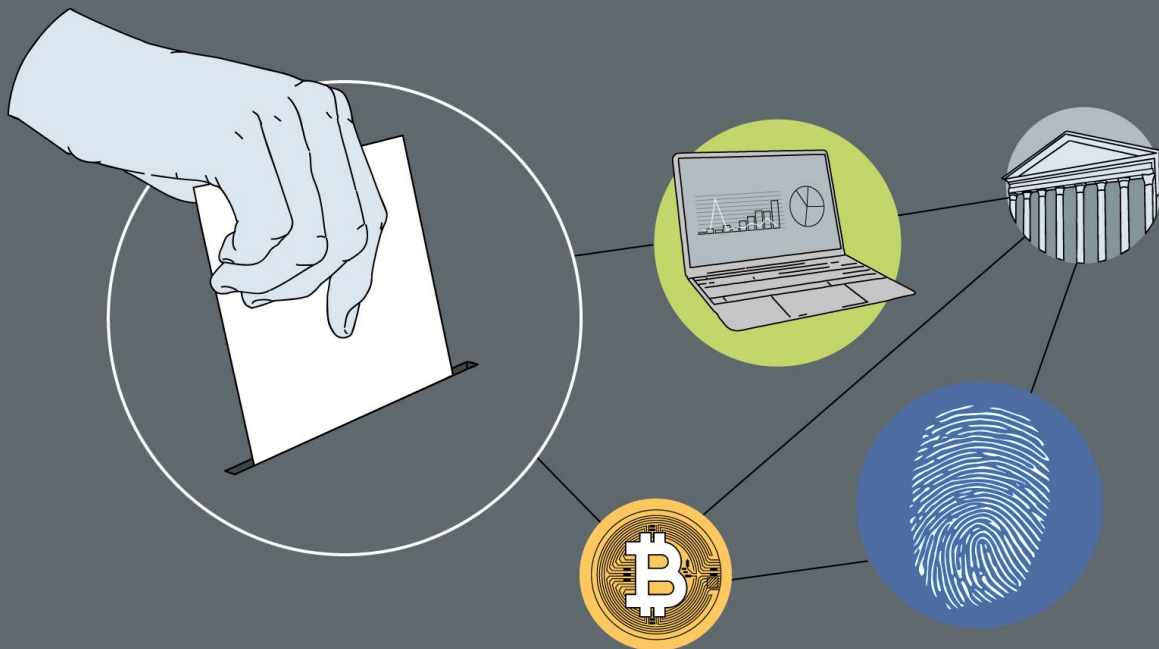
shoqërisë civile mund të mobilizohen për t'u bërë aktive, duke mundësuar një proces më pluralist dhe më gjithëpërfshirës. Në kontekste të caktuara, ata që nuk kandidojnë, gjithashtu, mund të jenë të aftë të japin mesazhet e tyre, jo vetëm për të mbështetur pjesëmarrjen e zgjedhësve, por dhe për të bërë thirrje për bojkotin e zgjedhjeve që ata gjykojnë se janë të kundërligjshme.

Aspekti negativ i fushatave nga palët e treta, në kontekstin e internetit, është se aktorët mund të përdorin metoda më pak transparente për të mbështetur kandidaturat, ose për të përmirësuar mesazhet e kandidatëve të veçantë. Nëse nuk janë përcaktuar rregulla në mënyrë të mjaftueshme, reklamata nga palët e treta ose për “çështje politike” mund t'u lejojnë militantëve që t'i anashkalojnë kufijtë për shpenzimet. Është me rëndësi që Analisti Politik të vendosë nëse rregullat për fushatën nga palët e treta dhe për “çështje politike” janë përcaktuar në mënyrë të ngjashme me atë të kandidatëve të regjistruar: nëse transparencja parashikohet me ligj dhe sigurohet në praktikë, përfshirë dhe bërjen publike të donatorëve dhe të donacionit, shumën e shpenzimeve dhe respektimin e kufirit të shpenzimeve, si dhe deklarin, mbikëqyrjen dhe sanksionet e mundshme.

Së fundi, Analisti Politik duhet të kërkojë gjithashtu, të identifikojë të gjitha rastet e fushatës së fshehtë nga palët e treta ose për “çështje politike”, që, shpeshherë, lidhen me një fushatë negative dhe informacione me përmbajtje manipuluese (p.sh. rreth kandidatëve), apo me përpjekje më të përgjithshme për të delegjitimuar procesin. Kjo mund të jetë veçanërisht e rrezikshme, kur, në vend që të etiketohet qartë, përmbajtja e sponsorizuar nga pala e tretë bëhet që të duket sikur është organike dhe, kështu, mund të anashkalojnë rregulloret për financimin e fushatës. Ndërsa kjo mund të jetë e vështirë, Analisti Politik duhet të përpiqet të përcaktojë dhe të deklarojë sa e përhapur është kjo lloj sjelljeje në rrjetet sociale. Së fundi, Analisti Politik duhet të analizojë format e ndryshme që mund të marrë ky agjitacion, përfshirë dhe mbështetjen nga “influencuesit” kryesorë, dhe të vlerësojë nëse autoritetet po marrin masa, me qëllim që raste të tilla të respektojnë kushtet e barabarta të konkurrencës dhe të mbahen parasysh.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A janë reklamat nga palët e treta mbizotëruese në rrjetet sociale?
- ✓ A ka kandidatë të veçantë, që përfitojnë prej tyre?
- ✓ A bëjnë platformat ndonjë përpjekje për të frenuar aktivitetet e dëmshme në fushën e reklamave nga palët e treta?
- ✓ A janë këto masa efektive dhe konsistente?
- ✓ A e rregullon kuadri ligjor në mënyrë të kënaqshme praktikën e reklamave nga palët e treta përmes internetit, përfshirë dhe sa i përket financimit të fushatës?
- ✓ A kanë militantët e palëve të treta detyrimin që të deklarojnë pranë autoriteteve të mbikëqyrjes lidhur me aktivitetet e tyre në fushatë?
- ✓ A i publikojnë platformat e rrjeteve sociale kontributet financiare nga palët e treta, në mënyrë transparente dhe të lehtë për t'u përdorur?
- ✓ A shquhet qartë përmbajtja e prodhuar nga palë të treta?



6.

MBIKËQYRJA

Debatet për mbikëqyrjen, rrugëzgjdhjet efektive dhe sanksionet në fushën e të bërit fushatë në rrjetet sociale kanë marrë formë paralelisht me procesin e përcaktimit të rregullave të reja për përmbajtjen politike dhe fushatën përmes internetit. Meqenëse ato, më së shumti, kanë të bëjnë me rregullat për bërjen e reklamave gjatë fushatës, financimin e fushatës, sondazhet dhe heshtjen zgjedhore, prirja është që përgjegjësia për mbikëqyrjen t'i bjerë të njëjtit institucion që ka kompetencat rregullatore në këto fusha, në kushtet jo të lidhura me internetin (p.sh. rregullatorit të mediave, OAZ-së apo ndonjë agjencie të ngarkuar me mbikëqyrjen e financimit të fushatës). Analisti Politik duhet të analizojë mënyrën, në të cilën kuadri ligjor i rregullon aspektet kryesore të punës së rregullatorëve, përfshirë dhe kompetencat dhe aftësitë e tyre.

Në disa kontekste, organeve përgjegjëse për përcaktimin e rregullave dhe mbikëqyrjen e mediave tradicionale dhe përmes internetit, u janë dhënë kompetenca që të mbikëqyrin rrjetet sociale. Analisti Politik duhet të koordinohet me Analistin e Medias, kur takohen me këto institucione. Ata duhet të vlerësojnë, gjithashtu, nëse organet e mbikëqyrjes janë politikisht të pavarura, e megjithatë, mjaftueshëm përgjegjës, nëse ato i marrin vendimet në kohën e duhur dhe në mënyrë transparente, dhe nëse palët e interesuara janë të afta të bëjnë ankesa, të apelojnë dhe të kërkojnë korrigjime të këtyre të fundit, në kohën e duhur.

Për sa i përket temave të tjera, veçanërisht, përmbajtjes manipuluese ose dezinformimit në rrjetet sociale, debati për masat legjitime të mbikëqyrjes dhe sanksionet legjitime mbetet i diskutueshëm, pasi ai vë parime të rëndësishme kundër njëri-tjetrit, dhe rrit tensionin midis të drejtës së zgjedhësve për të bërë zgjedhje bazuar tek informacioni (pa manipulim të çfarëdo natyre qoftë), nga njëra anë, dhe lirisë së shprehjes së politikanëve, reklamuesve dhe aktorëve të tjerë përmes internetit, nga ana tjetër.

Është me rëndësi të vihet në dukje se, ndërsa kompetencën formale të mbikëqyrjes, detyrimisht, e ka rregullatori ose autoriteti i posaçëm mbikëqyrës, aktorët vendas, përfshirë dhe organizatat e shoqërisë civile dhe mediat, luajnë një rol të rëndësishëm, duke i konsideruar përgjegjës kandidatët në zgjedhje dhe aktorët e tjerë. Deklarimet e vëzhguesve të shoqërisë civile dhe të qytetarëve dhe raportet e mediave, në disa kontekste, mund të kenë ndikim të rëndësishëm në perceptimin publik të integritetit të zgjedhjeve. Kur kanë mjetet dhe burimet e nevojshme, këta aktorë mund të japin vlerësime të përpikta të aspekteve kryesore të fushatës përmes internetit, përfshirë dhe sa i takon zbatimin të rregulloreve për financimin e fushatës.

6.1 MBIKËQYRJA E PËRMBAJTJES

Në thelb të debatit lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen qëndron çështja, tashmë e identifikuar që në fillim, pra, nëse rrjetet sociale duhet të trajtohen si çdo media tjetër (tradicionale) dhe të jenë përgjegjës për funksionalitetet e platformave të tyre, apo, në fakt, thjesht, si furnizues të informacionit, të gjeneruar nga përdoruesit, të cilët mbajnë përgjegjësinë përfundimtare.¹⁰² Dilema në vijim përqendrohet në diskutimin nëse shtetet duhet të përcaktojnë rregulla për përmbajtjen dhe ta mbikëqyrin atë, gjë që, teorikisht, mund t'i bëjë ata të kufizojnë fjalën përmes internetit, apo nëse liria e shprehjes është absolute dhe platformat duhet të lihen që të vetë-rregullohen dhe, përfundimisht, t'i përmbahen një standardi më të lartë të sjelljes, pa ndërhyrjen e qeverisë.

102 Është me rëndësi të vihet në dukje se, edhe në këtë rast të fundit, algoritmet e rrjeteve sociale përcaktojnë përkufizimin e prioritetit të përmbajtjes, d.m.th., janë të përfshirë, përfundimisht, të paktën, në bashkë-vendimin kush sheh çfarë dhe kur.

Duke njohur gjerësinë dhe thellësinë e përgjegjësisë që vjen bashkë me vetë-rregullimin, disa nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale kanë zbatuar nisma të mbikëqyrjes së brendshme.¹⁰³ Në disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së, përpjekjet lidhur me përcaktimin e rregullave për funksionimin e përgjithshëm të rrjeteve sociale janë shoqëruar me përpjekje për të përcaktuar rregulla edhe për përmbajtjen në internet, duke rritur kështu efektshmërinë e mbikëqyrjes.¹⁰⁴

Ndërsa mbikëqyrja mund të realizohet relativisht lehtë në fusha, ku kufizimet ndaj të drejtave dhe lirive përcaktohen qartë, në bazë të së drejtës ndërkombëtare dhe pasqyrohen qartë, në legjislacionin vendas (për shembull, sa i takon nxitjes së dhunës ose mbrojtjes së të miturve apo grupeve të tjera të veçanta të qytetarëve dhe zgjedhësve), aspekte të tjera të përcaktuara jo aq qartë, të tilla si: shpifja, fyerja dhe llojet e ndryshme të përmbajtjes manipuluese, paraqesin një sfidë më serioze. Përcaktimi i rregullave për këto aspekte jo vetëm që nuk mbështetet plotësisht nga instrumentet ndërkombëtare, por, shpeshherë, bie ndesh me të drejtat e njeriut dhe liritë themelore, siç është e drejta e lirisë së shprehjes dhe e drejta për të dhënë e për të marrë informacion.

Duke vënë në dukje mungesën e vetërregullimit efektiv nga rrjetet sociale, disa qeveri kanë kërkuar që të frenojnë përhapjen e “lajmeve të rreme”, duke i konsideruar platformat përgjegjëse për përmbajtjen, përfshirë dhe përmes gjobitjes së tyre. Gjithashtu, disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së kanë filluar të krijojnë agjenci të ngarkuara me monitorimin e fluksit të informacionit përmes internetit, me qëllim që të identifikojnë llojet e ndryshme të përmbajtjes manipuluese dhe që t’u kërkojnë platformave që ta heqin atë. Në kushtet e mungesës së standardeve të veçanta ndërkombëtare dhe legjislacionit të paplotë apo të paqartë vendas, OAZ-të dhe organe të tjera, përgjithësisht, kanë hezitur që të kontrollojnë përmbajtjen, në disa raste, edhe në dëm të parimeve të transparencës, që është në thelb të luftës kundër praktikave dashakeqe gjatë fushatës.

103 Për shembull, në vitin 2020, Facebook ngriti Bordin e Mbikëqyrjes, një organ, që merr vendime për menaxhimin e përmbajtjes në platformën e tij – në veçanti, vendimet për apelimet për përmbajtjen e bllokuar ose të hequr. Në vitin 2021, Twitter prezantoi qasjen e vet “bazuar te komuniteti, me qëllim trajtimin e informacionit keqdrejtues”, sidoqoftë, i disponueshëm vetëm për tregun amerikan.

104 Në kontekstin e BE-së, Direktiva për Shërbimet e Mediave Audiovizive u miratua në vitin 2018 për të krijuar një kuadër rregullator për përmbajtjen audiovizive për transmetimet televizive tradicionale dhe shërbimet sipas kërkesave, çka përbënte një përpjekje të rëndësishme lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen e platformave, që ndajnë videot me njëra-tjetrën. Pavarësisht kuadrit të BE-së, disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së kanë nxjerrë ligje dhe kanë ngarkuar organe përgjegjëse për mbikëqyrjen e mediave tradicionale, që të mbikëqyrin dhe të përcaktojnë rregullat edhe për përmbajtjen e ndarë në rrjetet sociale. Veprime të tilla, nëse zbatohen në mënyrë arbitrare dhe përzgjedhëse në pjesë të veçanta të shoqërisë dhe pa metodologji të besueshme, mund të bien ndesh me respektimin e lirive themelore dhe detyrimeve, standardeve dhe angazhimeve ndërkombëtare për zgjedhje demokratike.

Analisti Politik duhet të jetë i vetëdijshëm se, në disa shtete pjesëmarrëse të OSBE-së, hapat lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen, realisht, mund të udhëhiqen nga synimi për të penguar fjalën ose mund të çojnë në ndrydhjen e fjalës. Censura e kundërligjshme e përmbajtjes mund të çojë në frenimin negativ të lirisë së shprehjes dhe mund të ketë efekt frenues mbi ligjërimin publik, në përgjithësi. Në një shoqëri demokratike, rregullimet kufizuese dhe kontrolli i fjalës përmes internetit mund të krijojnë një precedent të rrezikshëm dhe të inkurajojnë regjimet jodemokratike që të zgjerojnë censurën. Ndërsa janë ndezur debatet për përcaktimin e rregullave për përmbajtjen dhe mbikëqyrjen e saj, edhe zhvillimet teknologjike po përparojnë me ritëm të shpejtë. Gjithnjë e më shumë, mbizotërimi i përmbajtjes manipuluese në fushata dhe përhapja e saj në rritje mund të jenë, veçanërisht, të dëmshme për gratë dhe kandidatët që përfaqësojnë grupe të ndryshme të pakicave ose grupe të cënueshme, dhe theksojnë urgjencën e përballjes me këtë fenomen. Analisti Politik duhet t'u kushtojë vëmendje përpjekjeve për rregullimin e përmbajtjes dhe t'i peshojë ato me kujdes, kundrejt parimeve, të tilla si: e drejta e lirisë së shprehjes dhe formimit të opinionit, pa ndërhyrje të palejueshme.

6.2 MBIKËQYRJA E REKLAMAVE POLITIKE GJATË FUSHATËS

Mbikëqyrjen e reklamave të fushatës, zakonisht, i takon ta bëjë institucioni që mbikëqyr financimin politik gjatë fushatës në kushte jo të lidhura me internetin, që mund të jetë OAZ-ja, gjyqësori, institucioni i kontrollit të shtetit, rregullatori i transmetimeve ose ndonjë tjetër organ a komision i specializuar, dhe si i tillë, duhet të ketë kompetenca të njëjta ose të ngjashme në fushën e reklamave përmes internetit. Është me rëndësi që Analisti Politik të vlerësojë nëse institucioni është i pavarur dhe i kryen detyrat në mënyrë të paanshme, dhe ka ekspertizën, kapacitetin teknik dhe burimet e nevojshme për ta përmbushur në mënyrë domethënëse rolin mbikëqyrës.

Për më tepër, Analisti Politik duhet të përpiqet të kuptojë nëse autoriteti i mbikëqyrjes i monitoron në mënyrë efektive aktivitetet me pagesë të kandidatëve dhe aktorëve të tjerë në zgjedhje, dhe nëse ky autoritet ka kompetencat për të nisur hetime dhe për të vendosur sanksione për reklamat dhe shpenzimet e padeklaruara. Autoritetet e mbikëqyrjes duhet të vendosin dhe të mbajnë kontakte të rregullta me përfaqësues të rrjeteve sociale, me qëllim sigurimin e zbatimit dhe monitorimit të efektshëm të rregullave, dhe nëse është e nevojshme, vendosjen e sanksioneve të efektshme, në kohën e duhur.

Raportet financiare për fushatën, që depozitojnë kandidatët dhe aktorët e tjerë në zgjedhje, duhet të jenë mjaft të hollësishëm, të paraqiten në mënyrë të lexueshme për zgjedhësit, që ata të kenë mundësi t'i kuptojnë qartë kostot, të cilat lidhen me aktivitetet e fushatës, si dhe të publikohen në kohën e duhur. Është praktikë e mirë që, gjatë fushatës zgjedhore dhe përpara ditës

së zgjedhjeve, të depozitohen raportet e ndërmjetëm, në mënyrë që zgjedhësit të kenë mundësi të bëjnë zgjedhje mbështetur tek informacioni, ndërsa raportet përfundimtare pas ditës së zgjedhjeve, në një periudhë të mjaftueshme për kandidatët dhe aktorët e tjerë në zgjedhje që të mbyllin transaksionet financiare në lidhje me fushatën. Raportet duhet të lihen në dispozicion për një periudhë më të gjatë pas zgjedhjeve, dhe mund të botohen në faqet e internetit të organit të mbikëqyrjes apo të kandidatëve dhe aktorëve të tjerë në zgjedhje, ose në të dyja, dhe në rrjetet sociale, për shpenzimet lidhur me fushatën përmes internetit.

Ndër rregulloret e tjera për të bërit e fushatave, që mund të luajnë rol në mjedisin e internetit, përfshihen dispozitat mbi heshtjen zgjedhore përpara dhe ditën e zgjedhjeve. Në disa raste, ndër këto masa përfshihet dhe detyrimi që reklamant të hiqen përpara se të nisë votimi. OAZ-ja ngarkohet, shpeshherë, me mbikëqyrjen, por mund të angazhohen dhe aktorët e tjerë, përfshirë dhe autoritetet bashkiake. Analisti Politik duhet të përcaktojë nëse ekzistojnë rregulla të qarta, të identifikojë cilat organe kanë kompetencën e mbikëqyrjes, dhe të vlerësojë nëse ato janë të afta dhe të gatshme ta ushtrojnë atë në mënyrë të efektshme.

Manuali i ODIHR-it për Vëzhgimin e Financimit të Fushatës ofron orientimet më të plota që vëzhguesit e zgjedhjeve të OSBE-së të vlerësojnë reklamantët e fushatës, përfshirë dhe përgjegjësitë e shteteve pjesëmarrëse për mbikëqyrje. Në përputhje me angazhimet dhe përvojën pozitive ndërkombëtare, shtetet duhet të parashikojnë vëzhgimin dhe mbikëqyrjen e pavarur të financimit të fushatës. Kjo përgjegjësi duhet t'i besohet një organi rregullator profesional dhe të pavarur, të autorizuar, që t'u ofrojë udhëzime aktorëve në zgjedhje, të verifikojë raportet për financimin e fushatës dhe të hetojë për shkelje të mundshme, dhe që të jetë i veshur me fuqi për të vënë sanksione, me qëllim që të promovojë zbatimin e efektshëm të ligjit dhe të garantojë përgjegjshmërinë e të gjithë aktorëve.

6.3 MBIKËQYRJA E MBROJTJES SË KONFIDENCIALITETIT TË TË DHËNAVE

Gjatë fushatës përmes internetit, sasia e të dhënave personale të vëna në dispozicion dhe metodat e përdorura ndryshojnë nga metodat tradicionale të bërjes së reklamave, dhe mund të kenë ndikim më të madh tek liritë themelore dhe të drejtat e votuesve. Siç theksohet në seksionet e mëparshme, instrumentet ndërkombëtare ofrojnë garancitë për marrjen, ruajtjen, përpunimin dhe përdorimin e të dhënave. Shtetet kanë detyrimin që t'i sigurojnë të dhënat nga shkatërrimi, humbja aksidentale, vjedhja dhe ndonjë

formë tjetër aksesit, ndryshimi apo shpërndarjeje të paautorizuar.¹⁰⁵ Kuadri ligjor duhet të përcaktojë në mënyrë të shprehur, kushtet kur merren informacione për votuesit dhe qëllimet për të cilat ato kërkohen. Ky kuadër duhet të përcaktojë, ndër të tjera, nëse të dhënat mund t'u vihen në dispozicion kandidatëve në zgjedhje për qëllime fushate. Me rëndësi është që ky kuadër duhet të identifikojë, gjithashtu, institucionin e veshur me përgjegjësi për të bërë mbikëqyrjen dhe për të mbajtur shënime sanksionet për keqpërdorimin e të dhënave personale.

Ndërsa ka gjasa që OAZ-të ose autoritetet e regjistrimit të popullsisë të ngarkohen me menaxhimin dhe mbikëqyrjen e listave të zgjedhësve, agjenci të tjera dhe më të specializuara, shpeshherë, janë përgjegjëse për respektimin e ligjeve ekzistuese në fushën e mbrojtjes së të dhënave. Ashtu si në rastin e analizës së punës së organeve rregullatore të mediave (nëse ato janë kompetente në fushën e mbikëqyrjes së rrjeteve sociale), në bashkëpunim me Analistin e Medias, kur bëhet fjalë për përdorimin e të dhënave gjatë fushatës, Analisti Politik, bashkë me Analistin e Zgjedhjeve ose Analistin Ligjor, vlerëson statutet dhe performancën e institucioneve të mbrojtjes së të dhënave, përfshirë dhe pavarësinë e tyre. Bashkërisht, ata duhet të përcaktojnë nëse autoriteti i merr vendimet në mënyrë transparente, dhe nëse këto vendime janë objekt i shqyrtimit gjyqësor. Gjithashtu, ata duhet të analizojnë plotësisht, kompetencat ekzekutive të organit, përfshirë dhe kapacitetin e tij për t'ua përcjellë çështjet për hetim institucioneve të tjera, ose për t'i jobitur shkelësit drejtpërsëdrejti.

Të gjithë aktorët në zgjedhje dhe kompanitë e ndërmjetësimit të të dhënave personale duhet të jenë objekt i mbikëqyrjes së pavarur. Shpeshherë, mbikëqyrja përfshin respektimin nga partitë, kandidatët dhe kompanitë e tjera të regjimit të mbrojtjes së të dhënave dhe të nivelit të transparencës në trajtimin e të dhënave personale. Për këtë qëllim, është praktikë e mirë që:

- autoritetet e mbikëqyrjes të monitorojnë nëse të gjithë kontrollorët dhe përpunuesit i japin publikut informacion të qartë se si përdoren dhe do të përdoren të dhënat e tyre;
- nëse zgjedhësit janë të informuar kur kryhet profilizimi ndërhyrës, siç është rasti i kombinimit të informacioneve nga burime të ndryshme, për të mësuar më shumë për preferencat e tyre të votimit;
- për të demonstruar përgjegjshmëri publike, duke treguar se si i përmbushin partitë detyrimet e tyre dhe mbrojnë të drejtat e votuesve;

¹⁰⁵ Shih Këshilli i Evropës, Konventa për Mbrojtjen e Individëve në Lidhje me Përpunimin Automatik të të Dhënave Personale, e vitit 1981 (Konventa 108), veçanërisht nenet 3, 5 dhe 7. Shih gjithashtu, Protokollin Shtesë të Konventës për Mbrojtjen e Individëve në Lidhje me Përpunimin Automatik të të Dhënave Personale, në Lidhje me Autoritetet Mbikëqyrëse dhe Fluksin e të Dhënave Ndërkufitare, të vitit 2001.

- nëse të gjithë përpunuesit e të dhënave, përfshirë dhe ofruesit palë e tretë, respektojnë kërkesat kryesore për transparencë, siguri dhe përgjegjshmëri të mbrojtjes së të dhënave;
- duke shqyrtuar bazën ligjore për lloje të ndryshme përpunimi të dhënash personale, të përdorura, me qëllim që të përdoret baza më e përshtatshme.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A ekziston ndonjë regjim për mbrojtjen e privatësisë dhe të dhënave personale?
- ✓ A është ai në fuqi dhe a zbatohet në kontekstin e zgjedhjeve, veçanërisht, sa i takon fushatës nga kandidatët dhe palët e treta?
- ✓ Cilat organe shtetërore e kanë kompetencën të mbikëqyrin dhe të përcaktojnë rregullat/vënë sanksione në fushën e mbrojtjes së të dhënave personale?
- ✓ A gjykohet se, në veprimet e tyre, ata janë politikisht të pavarur dhe të paanshëm?
- ✓ A ka autoriteti për mbrojtjen e privatësisë dhe të të dhënave personale kapacitetin, burimet dhe vullnetin për ta përmbushur rolin e tij në praktikë?
- ✓ A ka autoriteti për mbrojtjen e privatësisë dhe të të dhënave kompetencat e nevojshme ekzekutive për të qenë i efektshëm, përfshirë dhe aftësinë për të vënë gjobë?
- ✓ A është vendimarrja e autoritetit për mbrojtjen e privatësisë dhe të të dhënave personale transparente dhe objekt i shqyrtimit gjyqësor?
- ✓ A kanë zbatuar partitë politike dhe/ose kandidatët politika për të garantuar se ata i trajtojnë të dhënat personale në përputhje me të drejtën dhe/ose standardet ndërkombëtare?
- ✓ A janë në gjendje të gjithë aktorët që të hyjnë tek të dhënat personale në kushte të barabarta?
- ✓ A (mikro)shënjestrohen zgjedhësit nga kandidatët gjatë fushatës?
- ✓ A trajtohet (mikro)shënjestrimi në legjislacion?
- ✓ Si i marrin aktorët të dhënat e zgjedhësve, dhe a e kanë dhënë këta të fundit pëlqimin për përdorimin e tyre?
- ✓ A mund ta tërheqin ata pëlqimin e tyre?



7.

SFIDAT DHE MUNDËSITË PËR VLERËSIMIN SASIOR

7.1 KUFIZIMET METODOLOGJIKE

Ndonëse metodologjia për vlerësimin e fushatës në rrjetet sociale është në hapat e parë dhe do të vazhdojë të evoluojë krahas zhvillimeve teknologjike në të ardhmen, për disa vjet, misionet e vëzhgimit të zgjedhjeve të ODIHR-it i kanë ndjekur fushatat e aktorëve të ndryshëm përmes internetit, në shkallë të ndryshme. Është me rëndësi të vihet në dukje që në fillim se nuk ekziston një qasje unike universale, dhe se një numër organizatash vëzhguese ka zbatuar metodologji të ndryshme, gjatë vlerësimit të fushatës në rrjetet sociale, disa prej të cilave i mbështesin konkluzionet e tyre në matje më formale, sasimore dhe statistikore. Sidoqoftë, detyra e nxjerrjes së konkluzioneve, bazuar në analizën sasimore, është një rrugë e pashkelur, dhe paraqet një numër sfidash dhe kufizimesh, që tërheqin vëmendjen. Zgjedhja e kampionit

dhe baza metodologjike për vlerësimin sasior të fushatës në rrjetet sociale janë aq komplekse, sa që, në disa rrethana, sfidojnë përpjekjet për monitorim sistematik gjatë aktiviteteve zgjedhore, në kushtet e kufizimeve kohore dhe kufizimeve të burimeve të tjera.

Grupi i parë i sfidave lidhet me objektin dhe me numrin shumë të lartë të platformave, profileve dhe postimeve të ndryshme, që përbëjnë tërësinë e materialit për analizë. Sa i takon *përzgjedhjes së platformave* duhet të merret në konsideratë popullariteti i tyre tek grupet e ndryshme demografike, me qëllim që të arrihet shtrirja më e gjerë e mundshme – edhe sikur përdoruesit të kenë më shumë gjasa të jenë, në përgjithësi, zgjedhës në moshë të re, duke e bërë të gjasshme anësinë në përzgjedhje. Një tjetër problem lidhet me identifikimin e *kampionëve* përfaqësues të profileve për monitorim. Zgjedhja ndërlikohet nga fakti se popullariteti i tyre mund të jetë i përkohshëm, kështu, profilet që bëjnë tendencë dhe tërheqin vëmendje të madhe sot, mund të bëhen të parëndësishëm të nesërmen. Një sfidë tjetër është *anonimiteti dhe vërtetësia e llogarive*, ndërsa, shpeshherë, është më e vështirë të verifikohet nëse një profil i takon një personi të caktuar apo është gjeneruar nga kompjuteri. Së fundi, *volumi i postimeve*, që gjenerohen në rrjetet sociale, mund të jetë i pafund. Shpejtësia me të cilën postimet e reja shfaqen, përhapen dhe zëvendësohen nga postimi tjetër, që bën tendencë, mund të jetë jashtëzakonisht e lartë, duke e bërë, praktikisht, të pamundur regjistrimin pa programin e përshtatshëm kompjuterik.¹⁰⁶

Puna me sasi të mëdha materiali kërkon përdorimin e mjeteve dixhitale dhe metodave të sofistikuarra për përzgjedhjen e kampionëve më të qëndrueshëm. Sidoqoftë, ky lloj kampionimi sjell rreziqe metodologjike, të tilla si: anëmbajtjet e qenësishme të mjeteve dixhitale dhe të çështjeve të vlefshmërisë së jashtme apo përgjithësimit të rezultateve. Duke mbajtur parasysh shumëllojshmërinë e informacionit në dispozicion përmes internetit, është tejet e vështirë që të nxirren konkluzione dhe të bëhen vlerësime vetëm mbi bazën e të dhënave të grumbulluara në numër shumë të lartë dhe metrikës së “angazhimit”, që mund të jenë të vështira për t’u vlerësuar dhe madhësia e të cilave mund të jetë keqdrejtuese. Për më tepër, nuk është se kampionimi, detyrimisht, i redukton të dhënat në sasi të menaxhueshme, pa nevojën e përdorimit të mjeteve të automatizuara për mbledhjen dhe përpunimin e tyre, gjë që çon në probleme të tjera, siç është përjashtimi i automatizuar i përmbajtjes përkatëse.

Grupi i dytë i sfidave është i natyrës teknike. Ndërsa analiza sasiore bazë e kampionëve të përzgjedhur, në mënyrë manuale, mund të jetë e mundshme

106 Postimet zhduken rregullisht, goftë për arsye të politikës së platformës për arkivimin, ose sepse hiqen, për shembull, për arsye se kanë shkelur standardet e komunitetit. Për më tepër, mund të mos jetë përherë e mundshme që të verifikohet nëse postimet janë organike apo gjenerohen nga kompjuteri.

dhe mund të përfshihet në vlerësim, mbulimi i një terreni më të gjerë kërkon përdorimin e programeve dixhitale të jashtme për të mbledhur dhe analizuar të dhëna nga platforma të ndryshme. Meqenëse saktësia e të dhënave të mbledhura nga të njëjtat platforma përmes programeve të ndryshme, shpeshherë, ndryshon, konsistencës së analizës dhe cilësisë së fakteve të gjetura mund t'u mungojë njëtrajtësia.¹⁰⁷ Mund të duhet që programet të “përshtaten”, me qëllim që të përputhen me realitetet vendore dhe të shpjegojnë si metodat, ashtu dhe stilin e komunikimit politik, që janë të pëlqyeshme në një kontekst të caktuar. Së fundi, shumë aplikacione administrojnë të dhëna në formë teksti, por mund të jenë më pak të dobishme në rastin e llojeve të tjera të përmbajtjes, siç janë videot dhe imazhet, mungesa e të cilave mund të cenojë natyrën përfaqësuese të rezultateve.

Përveç objektit dhe çështjeve teknike, një tjetër lloj sfide për të bërë përcaktimin sasior të fakteve të gjetura dhe analizën e fushatës përmes internetit është kompleksiteti i qenësishëm i rrjeteve sociale. Ndryshe nga monitorimi i mediave tradicionale, që përcakton matje relative, të tilla si përqindja dhe toni i mbulimit, analiza sasimore e rrjeteve sociale ofron një gamë shumë më të gjerë metrike, përfshirë dhe shpeshhtësinë e postimeve, çështjet që bëjnë tendencë, analizën e rrjeteve, llogaritë e pavërteta, numrin e reklamave me pagesë, shkallën e angazhimit të publikut dhe shumë më tepër. Të përdorura në lidhje me vlerësimin cilësor, këto të dhëna mund të qartësojnë tendenca të ndryshme, përfshirë dhe çështjet lidhur me përdorimin me dashakeqësi të rrjeteve sociale, të tilla si: “gjuha e urrejtjes”, nxitja, dezinformimi, keqpërdorimi i burimeve administrative, propaganda e gjeneruar nga kompjuteri, amplifikimi i përmbajtjes së pavërtetë ose manipuluese, apo (mikro)shënjestrimi i fshehur. Sidoqoftë, pa pika të qarta referimi, siç është mbizotërimi i përafërt i një fenomeni të dhënë si përqindje e totalit, këto fakte të gjetura nuk do ta lejojnë gjithmonë Analistin Politik që të përcaktojë, në mënyrë të pavarur, rëndësinë e tyre reale në një fushatë zgjedhore të caktuar.

Së fundi, hulumtimi për ndikimin e rrjeteve sociale në formimin e opinioneve dhe sjelljes së zgjedhësve është në proces zhvillimi në vazhdim dhe sfidohet nga gjetjet konkurruese. Është vështirë të matet rëndësia, ndikimi dhe qarkullimi i përgjithshëm i një sërë postimesh keqdashëse apo aktiviteteve që bëjnë tendencë, përfshirë dhe ato, që mund të zgjidhen, gjithashtu, nga mediat tradicionale. Transparenca apo nxjerrja në pah e mënyrave se si manipulohet informacioni faktik, ose si (mikro)shënjestrohen zgjedhësit, meriton vëmendje dhe duhet vlerësuar nga misioni duke patur parasysh historikun dhe efektet e mundshme, por analiza sasimore nuk u shton,

107 Përdorimi optimal i këtyre instrumenteve, gjithashtu, kërkon njohuri më të thella të kontekstit vendor, me qëllim mundësimin e mbledhjes dhe analizimit të informacionit për fenomene kuptimplotë, por, nganjëherë, më pak të dukshme, siç është komunikimi proverbial “prej denoncuesi” midis politikanëve dhe zgjedhësve të tyre, që mund të jetë lehtësisht i kuptueshëm nga vëzhguesit e jashtëm.

detyrimisht, vlerë fakteve të gjetura, që mund të dalin tashmë nga vëzhgimi dhe vlerësimi kontekstual, bazuar në metodat cilësore.

Analisti Politik, përgjithësisht, duhet të trajtojë detyrën e matjes sasiore nga një pikë-pamje thelbësore, dhe me vetëdije të madhe se çfarë është e arritshme me burimet dhe kohën e kufizuar në dispozicion. Analisti Politik, gjithashtu, duhet të jetë i vëmendshëm sa i takon pritshmërive që krijojnë metodat sasiore. Ndërsa numërimi mund të jetë i vlefshëm, ai, në thelb, nuk duhet të përbëjë bazën kryesore për vlerësimin. Aspekte të ndryshme, që karakterizojnë fushatat përmes internetit, përfshirë dhe format e manipulimit të informacionit ose “gjuhën e urrejtjes”, vazhdojnë të dëmtohen nga mangësitë në përkufizime, që mund t'i shtrembërojnë gjetjet, dhe t'i bëjnë ato të pakrahasueshme dhe, shpeshherë, të pabesueshme. Dhe ndërsa vazhdimisht krijohen programe të reja, me qëllim përmirësimin e matjeve, edhe teknologjitë dhe mënyrat e komunikimit dixhital po përparojnë me ritëm të shpejtë. Sipas rastit, qasjet sasiore, nganjëherë, mund të mbeten pas këtyre zhvillimeve teknologjike dhe të jenë më pak të dobishme për qartësimin e formave më të reja të manipulimeve, duke e vënë, kështu, në rrezik besueshmërinë e vlerësimit të përgjithshëm.

7.2 TË DHËNA NGA BURIME TË JASHTME

Boshti i metodologjisë së ODIHR-it është vëzhgimi i drejtpërdrejtë, i trekëndëzuar me informacionin e marrë nga bashkëbiseduesit, dhe me të dhëna të tjera, të identifikuara gjatë vëzhgimit. Shpeshherë, Analisti Politik ndeshet me informacione të mbledhura dhe me analiza të bëra nga grupe të tjera vëzhguesish. Një kontribut i tillë mund të jetë i vlefshëm për ndërgjegjësimin më të përgjithshëm të misionit lidhur me një temë të caktuar. Më e rëndësishmja, ndërsa burimet e jashtme mund të shërbejnë si dokumentacion i dobishëm, ato asnjëherë nuk duhet të përdoren si e vetmja bazë për gjetjet dhe deklarimin e misionëve të vëzhgimit të zgjedhjeve. Në përputhje me kërkesat e përgjithshme për pavarësi dhe paanshmëri, Analisti Politik, nëse citon diçka, duhet të citojë vetëm informacione, që japin organizata të tjera të respektuara, ose konkluzione, që kanë arritur ato. Kjo, zakonisht, gjen zbatim për të gjithë aspektet e vëzhgimit, përfshirë dhe fushat, në të cilat kapacitetet e misionit janë të kufizuara.

Me zhvillimin e teknologjive dixhitale dhe rritjen e përdorimit të tyre në fushata zgjedhore, po rritet numri i aktorëve që mbledhin dhe analizojnë të dhëna lidhur me rolin, që luajnë rrjetet sociale në komunikimin politik. Ndër ta përfshihen dhe ndërmarrje fitimprurëse, të tilla si: kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, kompanitë e ndërmjetësimit të të dhënave, qendrat kërkimore dhe aktorët jofitimprurës, siç janë organizatat e shoqërisë civile, disa prej të cilave mund të lidhen me grupet e vëzhgimit qytetar. Analisti Politik duhet të jetë i familjarizuar me subjektet kryesore dhe, kurdoherë

që të jetë e mundur gjatë aktivitetit zgjedhor, duhet të takohet me aktorë të caktuar, me qëllim që ai të sigurojë që gjetjet të pasqyrojnë sa më shumë kontekstin, të qartësojë metodologjitë dhe të mbledhë hollësi plotësuese.

Analisti Politik duhet të ndjekë nga afër si nismat tregtare, ashtu dhe ato jofitimprurëse, që prodhojnë mjete analitike për “nxjerrjen” e të dhënave nga platformat e rrjeteve sociale. Ndër disa prej këtyre produkteve përfshihen dhe instrumente të gatshme, të cilat, nëse përdoren në mënyrë të kujdesshme, mund të mbështesin gjetjet dhe të ndihmojnë Analistin Politik që ta kuptojë më mirë, mbështetur tek informacioni, rolin e rrjeteve sociale në fushatën zgjedhore. Funksionojnë, gjithashtu, edhe organizata verifikuese të fakteve, që specializohen për të zbuluar dhe për të korrigjuar pavërtetësitë në internet, organizata këto, veçanërisht aktive gjatë periudhave zgjedhore. Së fundi, vetë platformat e rrjeteve sociale mund të jenë mjedise të rëndësishme bashkëbisedimi, pasi, shpeshherë, ato nxjerrin publikisht të dhëna, që, nganjëherë mund të plotësojnë përpjekjet e misionit për vëzhgim dhe analiza.

Natyra specifike dhe kompleksiteti i rrjeteve sociale, të marra së bashku me kohën dhe burimet e kufizuara të misionit, e bëjnë të nevojshme për vëzhguesit, të cilët analizojnë fushatat përmes internetit, që t'i përdorin të dhënat nga burime të jashtme, më shumë se ç'ndodh zakonisht, në kontekstin e vëzhgimit ose vlerësimit ndërkombëtar të zgjedhjeve. Analisti Politik duhet të tregohet veçanërisht vigjilent, kur përcakton paanësinë, vërtetësinë dhe besueshmërinë e informacionit, dhe gjithmonë, duhet të kërkojë t'i verifikojë të dhënat, pavarësisht nëse janë gjeneruar në mënyrë manuale apo automatike, përmes programesh të jashtme. Analisti Politik, gjithmonë, duhet t'i trekëndëzojë gjetjet; nganjëherë, mund të jetë mirë që të mos citohen konkluzionet e jashtme drejtpërsëdrejti, përveç në raste, kur ato përbëjnë një komponent të rëndësishëm të një tabloje më të përgjithshme. Është me rëndësi që të vihet në dukje se vlerësimet dhe analizat e jashtme, shpeshherë, bëhen bazuar në fakte të gjetura, të mbledhura gjatë një periudhe kohe, që nuk përkon me afatet kohore të misionit të zgjedhjeve apo me periudhën e fushatës zgjedhore. Ndërsa kjo mund të ketë më pak rëndësi sa i takon të kuptuarit e tablosë dhe kontekstit të përgjithshëm politik, përdorimi i këtyre fakteve të gjetura, që kanë të bëjnë në mënyrë specifike me fushatën, mund të jetë i kufizuar dhe duhet të trajtohet me kujdes.

a. Mjetet e monitorimit të rrjetit dhe të nxjerrjes së të dhënave

Mjetet e “monitorimit të rrjetit” ose nxjerrjes së të dhënave, përgjithësisht, mund të japin një ide të mirë lidhur me tendencat në kontekstin politik dhe mjedisin e fushatës. Nëse Analisti Politik zotëron aftësitë e nevojshme, ai mund t'i përdorë disa prej këtyre mjeteve për të mbështetur vlerësimin e përgjithshëm, që i bën fushatës. Kësisoj, ai duhet të bëjë kërkime manuale

dhe të kodojë të dhënat, me qëllim që të përcaktojë gjetjet sasiore bazë, dhe të nxjerrë konkluzionet e veta, bazuar në këto elemente.

Ekzistojnë disa mënyra për marrjen e të dhënave nga rrjetet sociale. Metoda më e zakonshme është përdorimi i vetë “Ndërfaqeve të programimit të aplikacionit” (NPA) të platformave.¹⁰⁸ Një tjetër mënyrë është përdorimi i një mjeti të “nxjerrjes së të dhënave”, të përshtatur për konsumatorin ose jo të tillë. Aktualisht, janë në dispozicion shumë instrumente, përfshirë dhe ato më elementare, me kapacitete të kufizuara, dhe ato më të ndërlikuara; programe pa pagesë dhe ato që operojnë me abonim me pagesë; si dhe ato që janë krijuar për të punuar me shumë platforma, dhe të tjera që janë të specializuara për një aplikim të vetëm.¹⁰⁹ Ndërsa shumë prej këtyre mjeteve janë projektuar, fillimisht, për qëllime tregtare, disa mund të përshtaten, me qëllim përpunimin e përmbajtjes politike ose që ka të bëjë me fushatën. Kjo është një situatë që evoluon me shpejtësi, ndërsa shumë instrumente vjetroheshin po me shpejtësi dhe për t’i zëvendësuar ato krijohej instrumente të reja.

Ndërsa shumë mjete mund të përdoren për të marrë të dhëna nga rrjete sociale të ndryshme, aktualisht, nuk ekziston një instrument i vetëm, që mund të nxjerrë të dhëna nga të gjithë rrjetet. Gjithashtu, disa prej programeve mund të përdoren për platforma, të tilla si: *VKontakte*, *Odnoklasniki*, dhe për shërbime të dërgimit të atypëratyshëm të mesazheve, të tilla si: *WeChat* dhe *SnapChat*; sidoqoftë, niveli i aksesit të lejueshëm në to ndryshon. Për shkak të kodimit, nuk mund të merren të dhëna nga shërbime të dërgimit të mesazheve, siç janë *WhatsApp*, *Telegram*, *Signal* ose *Viber* – për më tepër, meqenëse komunikimi në grupe të mbyllura, si rregull i përgjithshëm, është në fund të fundit personal, Analisti Politik, në asnjë rrethanë, nuk duhet të bëjë përpjekje për të marrë të dhëna.

Përgjithësisht, për të matur ndjesinë e debatit politik në rrjetet sociale, verifikimi në mënyrë manuale është i këshillueshëm dhe, shpeshherë, i nevojshëm.¹¹⁰ Kur përdoret ndonjëri prej këtyre instrumenteve, është me rëndësi që të mbahet parasysh se kultura qytetare dhe politike, llojet e ndryshme të ligjëritimit dhe përdorimi i zhargonit specifik për kontekstin mund të ndikojnë tek rezultatet. Pra, Analisti Politik duhet të tregohet i kujdesshëm,

108 Blloqe ndërtimi, me anë të të cilave të dhënat nga një program ose aplikacion i rrjetit mund të shkëmbehen me një tjetër apo të merren nga një tjetër.

109 Përdoruesit e këtij Udhëzuesi duhet të tregohen të kujdesshëm sa i takon zhvillimeve të shpejta në këtë fushë tejet dinamike, teksa disa prej mjeteve mund të vjetroheshin dhe të dalin të tepërta në një periudhë të shkurtër kohe ndërsa dalin mjete të reja. Në kohën që është shkruar ky Udhëzues, disa prej mjeteve në dispozicion ishin *CrowdTangle*, *BuzzSumo*, *TalkWalker*, *Napoleon-Cat*, *Social Bakers*, *Brandwatch*, *Twitonomy*, *SentiOne*, *Fact-a-lyzer*, *Versus*, *Google Trends* *Facebook Ad Library* dhe *BotOrNot*.

110 Ndërsa punon me mjete të avancuara, Analisti Politik duhet që, si praktikë të përgjithshme, të kërkojë të përzgjedhë kampionë të dhënash për të verifikuar nëse sistemi ka identifikuar saktësisht një fenomen të dhënë, dhe t’i krahasojë tendencat në lindje me gjetjet, e gjeneruara në mënyrë cilësore.

kur përzgjedh fjalët kyç për të bërë kërkime, përfshirë dhe “hashtag-ët” e ndryshëm.

b. Akses i kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale tek të dhënat

Kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale po e njohin, sa vjen e më shumë, rolin e tyre thelbësor në mbrojtjen e integritetit të zgjedhjeve. Në vende të ndryshme, përgjithësisht, angazhimi i tyre nuk ka qenë i njëjtë, midis platformave të ndryshme dhe brenda një platforme të vetme. Kur bëhet fjalë për mundësi teknike për tërheqjen e grupeve të të dhënave nga hulumtuesit ose vëzhguesit, me kalimin e kohës, kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale i kanë ngushtuar këto mundësi, por kanë krijuar disa mjete për mbledhjen e të dhënave. Më poshtë jepet një përshkrim i disa prej përpjekjeve që kanë bërë, dhe mjeteve që kanë vendosur rrjetet më të mëdha sociale në rajonin e OSBE-së për të rritur transparencën në platformat e tyre:

- ♦ *Facebook* vazhdon të jetë platforma kryesore për të bërit fushatë në shumë shtete pjesëmarrëse të OSBE-së. Të shqetësuar për keqpërdorimin e mundshëm të të dhënave, në vitin 2018, kompania e kufizoi aksesin tek NPA-ja e vet, dhe nuk është më e mundur që të merret informacion në një mënyrë që respekton marrëveshjen me përdoruesin. Përdoruesit duhet t'i bëjnë shumë më përpara kërkesë *Facebook*-ut, pa patur siguri se do të kenë sukses. Ndërsa disa aplikantëve u është dhënë leje përmes *CrowdTangle*-it, të tjerëve u është ofruar akses më i kufizuar përmes NPA-së. Pavarësisht këtyre vështirësive, *Facebook*, aktualisht, ofron akses falas tek të dhënat e tij, që, për më tepër, nuk kërkon aftësi për programim. Gjithashtu, kompania ka kërkuar që të rrisë transparencën përmes bibliotekës së saj të reklamave dhe duke nxjerrë Raportet për Transparencën, që, tani, përfshijnë Raportet tremujore për Zbatimin e Standardeve të Komunitetit, të cilat detajojnë masat e marra për parandalimin e përmbajtjes që shkel politikat lidhur me përdoruesit, përfshirë dhe *Instagram*-in.
- ♦ Gjithashtu, vënia në dispozicion e të dhënave nga *Google* nuk ka qenë, përgjithësisht, e rregullt dhe ka ndryshuar me kalimin e kohës. Në të kaluarën, hyrja në NPA-në e *YouTube*-it lejohej në mënyrë relativisht të drejtpërdrejtë, por përdoruesit duhet të kishin njëfarë aftësie për të bërë programimin. Me synimin që të përdoret shërbimi i saj, kompania ka ofruar dokumente dhe burime, përfshirë kodin në gjuhë të ndryshme për të bërë programimin, me qëllim hyrjen në NPA. Kjo tani është bërë më e vështirë për t'u siguruar, ndërsa aplikantëve iu duhet që të paraqiten personalisht për të bërë kërkesë, që, si rregull, duhet të ketë si referencë legjislacionin vendas, që i detyron në mënyrë të shprehur

kompanitë që të ofrojnë akses. Qysh prej vitit 2000, *Google* publikon rregullisht raporte për transparencën, të cilat janë bërë më të hollësishme, me kalimin e kohës, dhe tani mbulojnë të gjithë gamën e platformave të tij.

- ♦ *Twitter*, përgjithësisht, është perceptuar si platforma më transparente dhe e aksesueshme për komunitetin kërkimor dhe akademik. NPA-ja e tij është lirisht e aksesueshme për hulumtuesit, ndërsa të dhënat janë në dispozicion në të gjithë tregjet e kompanisë. *Twitter*, paraprakisht, jep informacion mbi heqjen e llogarive të rreme, në disa raste duke njoftuar heqjet.

Në përgjithësi, vetëdeklarimi nga ana e kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale nuk përkon me ciklet e përcaktuara të zgjedhjeve dhe është i papajtueshëm me nevojat e aktiviteteve të ODIHR-it për vëzhgimin ose vlerësimin e zgjedhjeve. Niveli i paunifikuar i aksesit tek të dhënat, në vende të ndryshme të OSBE-së, e ndërlikon analizën e tyre, dhe është veçanërisht problematik në periudhën pak përpara zgjedhjeve, kur besueshmëria e fluksit të të dhënave ka më shumë rëndësi. Praktika ka treguar se platformat kanë qenë më të hapura me të dhënat e tyre, kur vepron legjislacioni i duhur, detyrues për aksesin. Përveç kësaj, platformat e ndryshme ofrojnë “blloqe kohore” të qartë të të dhënave historike dhe, ndërsa disa e lejojnë nxjerrjen e të dhënave të viteve të mëparshme, të tjerat janë më të kufizuara.¹¹¹ Së fundi, një nga zhvillimet kryesore në komunikimin politik është zhvendosja nga diskutimet publike në rrjetet sociale, drejt bashkëbisedimeve në rrjete të mbyllura dhe aplikimit të dërgimit të atypëratyshëm të mesazheve, gjë që, për momentin, është jashtë fushës së veprimit të vëzhguesve të zgjedhjeve.¹¹²

Si sasia e të dhënave, ashtu dhe niveli i pabarabartë i aksesit tek të dhënat, krijojnë kufizime për deklarimin konsistent me cilësi të lartë, i rëndësishëm për vëzhgimin dhe vlerësimin e tyre. Këto sfida theksojnë rëndësinë e përqendrimit të vëmendjes tek ajo çka është e arritshme brenda kontekstit dhe burimeve të një misioni. Në vlerësimin e Analistit Politik sa i takon fushatës në rrjetet sociale duhet të shprehet qartë se me cilën platformë dhe me cilat llogari lidhet ajo. Nëse përdoret në vlerësim, në të duhet përfshirë informacioni se si janë marrë të dhënat, si dhe metodat e përdorura për të bërë analizën e saj. Gjetjet duhet të verifikohen në mënyrë manuale, duke kontrolluar

111 Për shembull, postimet në *Twitter* zhduken brenda pak më shumë se një jave, duke bërë kështu të nevojshëm regjistrimin e rregullt dhe në kohë të informacionit. Përveç kësaj, kompanitë e rrjeteve sociale, shpeshherë, i heqin postimet problematike, gjë që krijon një problem të dyfishtë: një postim i fshirë nuk mund të analizohet si duhet, as efektet e tij nuk mund të maten, kur prania e tij në internet ka qenë veçanërisht jetëshkurtër.

112 Grupet e mbyllura paraqesin një sfidë të konsiderueshme dhe, aktualisht, të pakapërcyeshme për vëzhgimin ndërkombëtar të zgjedhjeve. Meqenëse ato nuk bëhen publike, vëzhguesit nuk mund të fitojnë akses pa u bërë pjesë e grupit, gjë që nuk duhet ta bëjnë asnjëherë, me qëllim që të ruajnë paanësinë e tyre. Përveç kësaj, prania e vëzhguesve brenda një grupi mund të ndikojë në sjelljen e pjesëtarëve të tij. Meqenëse transparenca është me rëndësi të dorës së parë, Analisti Politik nuk duhet, në asnjë rrethanë, të përpiqet që të bëhet palë e një grupi me pseudonim ose përmes një individi a grupi tjetër.

kampionët e përzgjedhur të materialit të gjeneruar në mënyrë automatike. Gjithashtu, është përvojë pozitive që njohuritë dhe gjetjet e organizatave të tjera të besueshme të ndiqen me shumë kujdes dhe saktësi, për të siguruar që përshtypjet e përgjithshme harmonizohen, si dhe për të kuptuar arsyet dhe për të shqyrtuar shpjegimet e mundshme, kur ato nuk harmonizohen.

c. Verifikuesit e fakteve

Gjithashtu, përhapja e informacionit me përmbajtje manipuluese, që pasoi rritjen e rrjeteve sociale ka çuar në përpjekje të organizuara për identifikimin, demaskimin dhe korrigjimin e pavërtetësive, që krijuan një tendencë në internet. Përhapja e të ashtuquajturave lajme të rreme në internet ka dhënë shtysën për zhvillimin e teknikave të reja, me qëllim trajtimin e këtij problemi. Shpeshherë, në bashkëpunim me mediat dhe kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, janë krijuar dhjetra organizata, të njohura si verifikuese të fakteve, me qëllim që të imitojnë atë çka është lidhur për një kohë të gjatë me praktikën e mediave tradicionale të korrigjimit të brendshëm të gabimeve faktike *ante hoc*. Në kontekstin e rrjeteve sociale, tani kjo kryhet shpeshherë, duke përdorur programe kompjuterike për nxjerrjen e të dhënave, dhe *post hoc*, d.m.th., pasi pavërtetësitë janë bërë tashmë publike. Organizatat verifikuese të fakteve kërkojnë të përcaktojnë saktësinë dhe të korrigjojnë informacionin e publikuar, përfshirë dhe buletinet e lajmeve dhe deklaratimet e politikanëve. Shpeshherë, ato janë nisma të qytetarëve ose të mediave, por dhe të influencuesve socialë, dhe mund të kenë lidhje me burimet mediatike tradicionale. Në bashkëpunim me kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale, në disa platforma filluan të shfaqen “etiketat” e verifikuesve të fakteve, për të përcaktuar përmbajtjen e verifikuar dhe për të ndihmuar në përmirësimin e vërtetësisë së pretendimeve të deklaruara në internet.¹¹³ Shumë grupe verifikues të fakteve operojnë, duke i kapërcyer kufijtë shtetërorë të vendeve, dhe përfitojnë nga shkëmbimet e rregullta midis tyre.¹¹⁴ Mbështetja që i është dhënë rrjeteve verifikuese të fakteve, të cilat u krijuan bazuar në shqetësimet lidhur me përhapjen e pavërtetësive

113 Për shembull, *Facebook* është bashkuar me disa organizata, me qëllim verifikimin e fakteve dhe etiketimin e përmbajtjes, ndërsa *Google* ka deklaruar se ka bërë përshtatjen e algoritmeve të veta, me qëllim që t’u japë prioritet deklaratimeve të fakteve të verifikuara. *Twitter* ka krijuar mjete për t’iu ardhur në ndihmë përdoruesve për të sinjalizuar lidhur me përmbajtjen, që synon kufizimin e pjesëmarrjes së votuesve, të cilën kompania e heq nga platforma e saj, kur verifikohen raportet. *Facebook* ka pretenduar se ky partneritet ka kontribuar në reduktimin deri në 80 për qind të përhapjes së “lajmeve të rreme”.

114 Njëra nga përpjekjet kryesore ndërkombëtare të lidhjes në rrjet është *International Fact-Checking Network* (IFCN) (Rrjeti Ndërkombëtar i Verifikimit të Fakteve) (RRNVF), një pakt global ky, që synon nxitjen e zhvillimit të metodave të përbashkëta të punës dhe institucionalizimin e ndarjes së përvojave më të mira me të tjerët. Disa nga rrjetet mbështeten nga aktorë ndërkombëtarë, përfshirë dhe organizata, siç është BE-ja, që, gjithashtu, ka kontribuar në ngritjen e rrjetit të pavarur evropian të verifikuesve të fakteve.

për qëllime zgjedhore, ka ndihmuar për të stimuluar rritjen e tyre të shpejtë.¹¹⁵

Analisti Politik nuk është në gjendje të gjykojë vërtetësinë e pretendimeve ose të përcaktojë cilësinë e nismave për verifikimin e fakteve, por ai duhet të njihet me tablonë dhe t'i kushtojë vëmendje pranisë dhe aktiviteteve të organizatave kryesore të verifikimit të fakteve. Nëse i premtën koha, Analisti Politik mund t'i bashkohet Analistit të Medias dhe të takohet me grupet më në zë për të përcaktuar nëse verifikuesit e fakteve përballen me ndonjë pengesë në punën e tyre, dhe për të vlerësuar më tej cilësinë e marrëdhënieve të tyre me aktorë të tjerë, përfshirë dhe kandidatët në zgjedhje, mediat tradicionale dhe OAZ-në. Gjithashtu, ata mund të verifikojnë të gjitha lidhjet midis grupeve verifikuese të fakteve dhe kompanive kryesore të teknologjisë dixhitale, si dhe të hetojnë sa reaguese janë kompanitë ndaj raporteve të sinjalizuara nga verifikuesit e fakteve.

Pyetje udhëzuese:

- ✓ A monitorohen rrjetet sociale gjatë zgjedhjeve nga ndonjë organizatë vendase?
- ✓ Cilat janë synimet dhe konkluzionet e tyre të përgjithshme?
- ✓ Cilat janë gjetjet apo temat, që hasen nga vëzhgimet e tyre të ndonjë fushate të mëparshme ose në vazhdim, në rrjetet sociale?
- ✓ A ekziston ndonjë nismë e dëgjuar kombëtare, që monitoron fushatën në rrjetet sociale, duke përdorur mjete të automatizuara, dhe cilat janë gjetjet prej tyre?
- ✓ Sa të aksesueshme janë të dhënat nga kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale në shtetin pjesëmarrës përkatës të OSBE-së?
- ✓ A kanë deklaruar organizatat vendase të monitorimit ndonjë çështje lidhur me vënien në dispozicion të të dhënave apo vijueshmërinë e tyre?
- ✓ A janë grupet verifikuese të fakteve të pranishme dhe të angazhuara për demaskimin e pavërtetësive gjatë periudhës së fushatës?
- ✓ A janë ato vërtet jopartiake? A ekziston ndonjë shqetësim lidhur me cilësinë e punës së tyre?
- ✓ A ekziston ndonjë marrëdhënie midis verifikuesve të fakteve dhe shtetit apo organeve të administrimit të zgjedhjeve?

115 Vitet e fundit, numri i nismave për verifikimin e fakteve është rritur në mënyrë eksponenciale. Krahas shfaqjes së përpjekjeve të mirëfillta për t'i dhënë zgjidhje problemit të të "pavërtetave", ka patur, gjithashtu, një rritje të numrit të "verifikuesve të fakteve të rreme", të cilët kërkojnë të deklarojnë pavërtetësitë, që janë përhapur në internet.

Shtojca 1:

DOKUMENTE TË RËNDËSISHME NDËRKOMBËTARE

OSBE

Dokumenti i Kopenhagenit i OSBE-së, i vitit 1990.

Paragrafi (5.1): zgjedhje të lira, që do të mbahen në intervale të arsyeshme, me votim të fshehtë apo me procedurë të barasvlershme të lirë votimi, në kushte që garantojnë në praktikë, shprehjen e lirë të mendimit të zgjedhësve në zgjedhjen e përfaqësuesve të tyre;

Paragrafi (7.5): respektimi i të drejtës së qytetarëve për të kërkuar funksione politike ose publike, individualisht apo si përfaqësues të partive ose organizatave politike, pa diskriminim;

Paragrafi (7.6): respektimi i të drejtës së individëve dhe grupeve për të krijuar, në liri të plotë, partitë e tyre politike apo organizata të tjera politike, dhe për t'u dhënë këtyre partive dhe organizatave politike garancitë e nevojshme ligjore, me qëllim që ato të kenë mundësi të konkurrojnë me njëra-tjetrën mbi bazën e trajtimit të barabartë përpara ligjit dhe nga autoritetet;

Paragrafi (7.7): garantimi se ligji dhe politika publike punojnë për të mundësuar që fushatat politike të zhvillohen në një atmosferë të lirë dhe të drejtë, në të cilën as aktet administrative, dhuna dhe as frikësimi të mos i ndalojnë partitë dhe kandidatët që t'i paraqesin lirisht pikëpamjet dhe cilësitë e tyre, ose të mos pengojnë zgjedhësit që t'i mësojnë dhe të diskutojnë për to, apo që ta hedhin votën e tyre pa frikën e ndëshkimit;

Paragrafi (9.1): secili ka të drejtën e lirisë së shprehjes, përfshirë dhe të drejtën e komunikimit. Kjo e drejtë përfshin lirinë e mendimit, si dhe lirinë për të marrë e dhënë informacione dhe ide, pa ndërhyrje nga ana e autoritetit publik dhe pavarësisht kufijve. Ushtrimi i kësaj të drejte mund të jetë objekt vetëm i atyre kufizimeve që parashikohen me ligj dhe janë në pajtim me standardet ndërkombëtare. Në mënyrë të veçantë, asnjë kufizim nuk vendoset ndaj aksesit në dokumente të çfarëdo lloji, si dhe ndaj përdorimit të mjeteve për riprodhimin e tyre, duke respektuar, sidoqoftë, të drejtat e pronësisë intelektuale, përfshirë dhe të drejtën e autorit;

Paragrafi (9.2): secili ka të drejtën e tubimit dhe demonstrimit paqësor. Çdo kufizim, që mund të vendoset ndaj ushtrimit të këtyre të drejtave, duhet të jetë i parashikuar me ligj dhe në pajtim me standardet ndërkombëtare;

Paragrafi (9.3): e drejta e organizimit është e garantuar. [...]

Paragrafi (10.1): respektimi i të drejtës së secilit, individualisht ose lidhur me të tjerë, që të kërkojë, të marrë dhe të japë lirisht pikëpamje dhe informacione mbi të drejtat e njeriut dhe liritë themelore, përfshirë dhe të drejtat për përhapjen dhe publikimin e këtyre pikëpamjeve dhe informacioneve.

KOMBET E BASHKUARA

Pakti Ndërkombëtar për të Drejtat Civile dhe Politike (PNDCP)

Neni 9: 1. Secili ka të drejtën e lirisë dhe të sigurisë së personit të tij. Askush nuk duhet të jetë objekt i një arrestimi ose burgimi arbitrar. Askush nuk duhet të privohet nga liria, përveç për arsye dhe në përputhje me procedurën e parashikuar me ligj.

Neni 17: 1. Askush nuk duhet të jetë objekt i ndërhyrjeve arbitrare ose të paligjshme në jetën e tij private, në familje, në shtëpi ose letërkëmbim, e as duhet t'i cenohet nderi dhe reputacioni në mënyrë të paligjshme. 2. Secili ka të drejtë të ketë mbrojtje ligjore kundër ndërhyrjeve dhe shkeljeve të tilla.

Neni 19: 1. Secili duhet të ketë të drejtën e opinionit, pa ndonjë ndërhyrje. 2. Secili duhet të ketë të drejtën e lirisë së shprehjes; kjo e drejtë përfshin lirinë e kërkimit, marrjes dhe përhapjes së informacioneve dhe ideve të të gjitha llojeve, pavarësisht nga kufijtë, goftë me gojë, me shkrim, në formë të shtypur ose artistike, ose me çdo mjet tjetër të zgjedhur prej tij. 3. Ushtrimi i lirive të parashikuara në paragrafin 2 të këtij neni, nënkupton detyra dhe përgjegjësi të veçanta. Për rrjedhojë, ai mund t'u nënshtrohet disa kufizimeve, të cilat duhet të përcaktohen shprehimisht me ligj dhe të jenë të domosdoshme: (a) Për respektimin e të drejtave ose të reputacionit të të tjerëve; (b) Për mbrojtjen e sigurisë kombëtare, të rendit publik, të shëndetit ose të moralit.

Neni 20: 2. Çdo thirrje për urrejtje kombëtare, racore ose fetare, që përbën nxitjen për diskriminim, armiqësi dhe dhunë, ndalohej me ligj.

Neni 26: Të gjithë njerëzit janë të barabartë përpara ligjit dhe kanë të drejtë mbrojtjeje të barabartë të ligjit pa kurrfarë dallimi. Lidhur me këtë, ligji duhet të ndalojë çdo diskriminim dhe të garantojë për të gjithë, mbrojtje të barabartë dhe efektive, kundër çdo diskriminimi, e sidomos, për shkak të

racës, ngjyrës, seksit, gjuhës, fesë, opinionit politik dhe çdo opinionit tjetër, origjinës kombëtare apo shoqërore, pasurisë, lindjes ose çdo statusi tjetër.

Këshilli për të Drejtat e Njeriut – Komenti i Përgjithshëm 16

Paragrafi 10: Mbledhja dhe mbajtja e informacioneve personale në kompjutera, banka të dhënash dhe mjete të tjera, nga autoritetet publike ose individë apo organizma private, duhet të rregullohet me ligj. Shtetet duhet të marrin masa efektive, me qëllim që informacioni **lidhur me** jetën private të një personi të mos bjerë në duar të personave, të cilët nuk janë të autorizuar me ligj që ta marrin, ta përpunojnë dhe ta përdorin atë, dhe të mos përdoret asnjëherë për qëllime të papajtueshme me Konventën. Për të gëzuar mbrojtjen më të efektshme të jetës së tij private, çdo individ duhet të ketë të drejtën për të vërtetuar, në mënyrë të qartë, nëse, dhe nëse po, çfarë të dhënash personale ruhen në dosje automatike të të dhënave dhe për çfarë qëllimi.

Këshilli për të Drejtat e Njeriut – Komenti i Përgjithshëm 25

Paragrafi 8: Qytetarët duhet të marrin pjesë, gjithashtu, në drejtimin e çështjeve publike, duke ushtruar ndikim përmes debatit dhe dialogut **publik** me përfaqësuesit e tyre, ose përmes kapacitetit të tyre për t'u organizuar.

Paragrafi 11: Fushatat për edukimin dhe regjistrimin e zgjedhësve janë të nevojshme për të garantuar **ushtrimin** me efektshmëri të të drejtave sipas nenit 25, nga ana e një komuniteti të informuar.

Paragrafi 12: **Liria** e shprehjes, e tubimit dhe organizimit janë kushte thelbësore për ushtrimin me efektshmëri të së drejtës së votimit dhe duhet të mbrohen plotësisht. Për kapërcimin e vështirësive të veçanta, të tilla si: analfabetizmi, barrierat gjuhësore, varfëria, ose pengesave ndaj lirisë së lëvizjes, që i pengon personat me të drejtë vote që të ushtrojnë të drejtat e tyre në mënyrë të efektshme, duhet të merren masa efektive. Informacionet dhe materialet për votimin duhet të jenë në dispozicion në gjuhët e pakicave.

Paragrafi 19: Zgjedhësit duhet të jenë në gjendje që të krijojnë opinione në mënyrë të pavarur, pa **dhunë** apo kanosje me dhunë, detyrim, nxitje ose ndërhyrje manipuluese të ndonjë lloji. Kufizimet e arsyeshme ndaj shpenzimeve të fushatës mund të justifikohen, kur kjo është e nevojshme, me qëllim që zgjedhja e lirë e zgjedhësve të mos cenohet, apo që procesi demokratik të mos deformohet nga shpenzimet shpërpjesëtimore në emër të një kandidati ose partie.

Paragrafi 25: Me rëndësi thelbësore, me qëllim garantimin e gëzimit të plotë të të drejtave të mbrojtura nga neni 25, është komunikimi i lirë i informacioneve dhe ideve për çështje publike dhe politike midis qytetarëve, kandida-tëve dhe përfaqësuesve të zgjedhur. Kjo nënkupton shtyp dhe media të tjera të lira, të afta për të komentuar mbi çështjet publike pa censurë ose kufizim dhe për të informuar opinionin publik.

Këshilli për të Drejtat e Njeriut – Komenti i Përgjithshëm 34

Paragrafi 15: Shtetet palë duhet të mbajnë parasysh shkallën, në të cilën zhvillimet në teknologjitë e informacionit dhe komunikimit, të tilla si: interneti dhe sistemet **elektronike** të shpërndarjes së informacionit, të bazuara në internet, kanë ndryshuar ndjeshëm praktikën e komunikimit në mbarë botën. Tani ekziston një rrjet global për shkëmbimin e ideve dhe opinionëve, që nuk mbështetet, detyrimisht, tek ndërmjetësit e mjeteve tradicionale të komunikimit masiv. Shtetet palë duhet të ndërmarrin të gjithë hapat e nevojshme për të nxitur pavarësinë e këtyre mediave të reja dhe për të garantuar aksesin e individëve në to.

Paragrafi 19: Me qëllim zbatimin e të drejtës së aksesit ndaj informacionit, paraprakisht, shtetet palë duhet të bëjnë publik informacionin shtetëror me interes publik. Shtetet palë duhet të bëjnë çdo përpjekje për të garantuar që aksesin ndaj këtij informacioni të jetë i lehtë, i menjëhershëm, efektiv dhe praktik. Gjithashtu, shtetet palë duhet të miratojnë procedurat e nevojshme, me anë të të cilave mund të fitohet akses ndaj informacionit, si p.sh.: nëpërmjet legjislationit mbi lirinë e informacionit.

Paragrafi 41: Duhet patur kujdes që të garantohet që sistemet e subvencionëve të qeverisë për burimet mediatike dhe vendosja e reklamave të qeverisë të mos përdoren për efekt të **pengimit**.

Paragrafi 42: Penalizimi i një burimi mediatik, botuesi apo gazetari vetëm pse është kritik ndaj qeverisë apo sistemit social dhe politik, të mbështetur nga qeveria, asnjëherë nuk **mund** të konsiderohet se është një kufizim i nevojshëm ndaj lirisë së shprehjes.

Paragrafi 43: Çdo kufizim ndaj operimit të faqeve të internetit, *blog*-ëve apo ndonjë sistemi tjetër të përhapjes së informacionit bazuar në internetin, sistemi elektronik apo sistemi tjetër, përfshirë dhe sistemet për mbështetjen e këtij komunikimi, të tillë si: ofruesit e shërbimeve të internetit ose programet kompjuterike për kërkime në një bazë të dhënash, është i lejueshëm në masën që ai është në pajtim me paragrafin 3. Përgjithësisht, kufizimet e lejueshme duhet të jenë specifike për përmbajtjen; ndalimet e përgjithshme ndaj operimit të disa faqeve dhe sistemeve nuk janë në pajtim me paragrafin

3. Gjithashtu, nuk është në pajtim me paragrafin 3 që një faqe apo një sistem i përhapjes së informacionit të ndalohej të publikojë materiale vetëm mbi bazën e asaj se mund të jetë kritik ndaj qeverisë apo sistemit social dhe politik, të mbështetur prej saj.

Konventa Ndërkombëtare për Eliminimin e të Gjitha Formave të Diskriminimit Racial (KNEDR)

Konventa për të Drejtat e Personave me Aftësi të Kufizuara (KDKPAK)

Konventa e Kombeve të Bashkuara kundër Korrupsionit (KKBKK)

INSTRUMENTE TË TJERA RAJONALE

Konventa Evropiane për Mbrojtjen e të Drejtave të Njeriut dhe Lirive Themelore

Konventa e Komënuelthit të Shteteve të Pavarura për të Drejtat e Njeriut dhe Lirive Themelore

Konventa Amerikane për të Drejtat e Njeriut

Standardet për internet të lirë, të hapur dhe gjithëpërfshirës, Komisioni Ndëramerikan për të Drejtat e Njeriut

Traktati për Bashkimin Evropian

Konventa e Këshillit të Evropës për Mbrojtjen e Individëve sa i takon Përpunimit Automatik të të Dhënave Personale

Rregullore e Përgjithshme e Bashkimit Evropian për Mbrojtjen e të Dhënave

DEKLARATA TË PËRBASHKËTA, PARIME UDHËZUESE DHE RAPORTE

Deklarata të Përbashkëta të Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për Lirinë e Mendimit dhe Shprehjes, Përfaqësuesit të OSBE-së për Lirinë e Medias, Raportuesit Special të OSHA-së për Lirinë e Shprehjes dhe të Raportuesit Special të Komisionit Afrikan për të Drejtat e Njeriut dhe të Popujve, për Lirinë e Shprehjes dhe Aksesin ndaj Informacionit, për:

- Lirinë e shprehjes dhe internetin, 2011
- Lirinë e shprehjes dhe luftën kundër ekstremizmit të dhunshëm, 2016
- Lirinë e shprehjes, “lajmeve të rreme”, dezinformimin dhe propagandën, 2017
- Pavarësinë dhe diversitetin e mediave në epokën dixhitale, 2018
- Sfidat ndaj lirisë së shprehjes në dhjetëvjeçarin e ardhshëm, 2019
- Lirinë e shprehjes dhe zgjedhjet në epokën dixhitale, 2020.

Parimet Udhëzuese të Kombeve të Bashkuara për Biznesin dhe të Drejtat e Njeriut (HR/PUB/11/04), 2011

Raporti i Raportuesit Special të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes (A/HRC/17/27), 2011

(Për tendencat dhe sfidat kryesore ndaj të drejtës së gjithë individëve për të kërkuar, marrë dhe dhënë informacione dhe ide të të gjitha llojeve përmes internetit)

Raporti i Raportuesit Special të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes (A/HRC/26/30), 2014

(Për të drejtën e lirisë së shprehjes në kontekstin zgjedhor)

Raporti i Raportuesit Special të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes (A/HRC/35/22), 2017

(Për rolin e ofruesve të aksesit dixhital)

Raporti i Raportuesit Special të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes (A/HRC/38/35), 2018

(Lidhur me përcaktimin e rregullave për përmbajtjen në internet)

Raporti i Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes, paraqitur në Asamblenë e Përgjithshme të Kombeve të Bashkuara (A/74/486), 2019 (Për gjuhën e urrjetjes)¹¹⁶

Raporti i Raportuesit Special të Këshillit për të Drejtat e Njeriut të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes (A/HRC/47/25), 2021

(Për dezinformimin dhe lirinë e mendimit dhe shprehjes)

116 Të gjithë raportet e Kombeve të Bashkuara të Raportuesit Special të Kombeve të Bashkuara për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtës së lirisë së mendimit dhe shprehjes mund të gjenden në këtë adresë: <https://www.ohchr.org/en/issues/freedomofopinion/pages/annual.aspx>

Shtojca 2:

FJALORTH I TERMAVE TË PËRDORSHËM

Algoritëm – një numër i caktuar hapash që bën kompjuteri për zgjidhjen e një problemi ose kryerjen e një detyre.

Automatizim – procesi i projektimit të një “makinerie” për të përfunduar një detyrë me pak udhëzime ose pa asnjë udhëzim nga njeriu.

Bot-i, bot-sat – llogari të rrjeteve sociale, që operohen tërësisht nga programe kompjuterike dhe të projektuara të gjenerojnë postime dhe/ose ndërveprojnë me përmbajtjen në një platformë të caktuar.

Botnet-i – një grumbull apo rrjet *bots*-ash që veprojnë në bashkërendim.

Cenim i privatësisë – akti i publikimit ose identifikimit të të dhënave personale për një individ përmes internetit, pa lejen e tij. Në këto informacione përfshihen emrat e plotë, adresat, numrat e telefonit, fotografitë e të tjera.

Demaskim – procesi që konsiston në të treguarit se diçka (tekst, imazh ose video) është më pak e rëndësishme, më pak e saktë ose më pak e vërtetë nga ç’ ishte bërë për t’u dukur.

Dezinformim – informacione të rreme, të krijuara ose të përhapura qëllimisht, me synimin e posaçëm për të shkaktuar dëm.

Dërgim i atypëratyshëm i mesazheve (DAM) – formë komunikimi e drejtpërdrejtë dhe në kohë reale me bazë teksti, zëri ose videoje, midis dy a më shumë personave.

Eksplorim i të dhënave – procesi i monitorimit të volumeve të mëdha të të dhënave duke kombinuar mjetet e statistikës dhe të inteligjencës artificiale për të dalluar modelet e dobishme.

Falsifikime të mëdha – elemente të trilluara, të përhapura në rrjetet sociale, që prodhohen duke përdorur inteligjencën artificiale, me anë të sintetizimit të elementeve të ndryshëm të dosjeve ekzistuese në video ose audio, në të cilat, për shembull, një individ duket sikur shqipton fjalë dhe kryen veprime, të pabazuara në realitet.

Fluskë filtri – një proces, me anë të të cilit faqet e internetit dhe platformat sociale përdorin algoritme për të marrë në mënyrë selektive informacione që do të dëshironte të shihte një përdorues, për t’ia dhënë më pas përdoruesit në funksion të këtij supozimi. Faqet e internetit i bëjnë këto supozime bazuar në informacionet lidhur me përdoruesin, të tilla si: natyra e klikimeve, historiku i shfletimeve të faqeve të internetit, historiku i kërkimeve dhe vendndodhja.

Grup provokuesish në internet – grup individësh të angazhuar në provokimin e narrativave apo në promovimin e narrativave të ngjashme me bot-in, në mënyrë të bashkënduar.

Grupe të mëdha të dhënash – grupe të mëdha të dhënash të strukturuar ose të pastrukturuar.

Gjeoshënjestrim – një rubrikë, e cila u mundëson përdoruesve që ta ndajnë përmbajtjen e tyre me audiencën të përcaktuar gjeografikisht. Në vend që t’u dërgohet të gjithëve një mesazh i përgjithshëm, dërgimi i mesazheve dhe përmbajtja e tyre përmirësohen për t’u lidhur më mirë me personat në qytete, vende dhe rajone specifike.

Hapësirë ku i bëhet jehonë mediave të njëanshme, të parashikuara për persona a qëllime të caktuara – një hapësirë, kontekst ose situatë virtuale, ku disa ide, bindje ose pika të dhënash përforcohen përmes përsëritjes së një grupi të mbyllur llogarish, që nuk lejon hyrjen lirisht të ideve dhe koncepteve alternative ose në konkurrim.

Hashtag – një fjalë a frazë e paraprirë nga simboli “#” (pra, #zgjedhje), si një mënyrë për t’i pajisur mesazhet me shënime apo për t’i klasifikuar informacionet dhe për t’i bërë ato lehtësisht të kërkueshëm nga përdoruesit.

Influencues – përdorues i rrjeteve sociale me një audiencë të rëndësishme, që mund të bëjë që të rriten njohuritë për një tendencë, temë, kompani ose produkt.

Inteligjencë artificiale (IA) – programe kompjuterike “të trajnuara” për zgjidhjen e problemeve dhe programe që “mësojnë” duke u nisur nga të dhëna të përpunuara përmes tyre, duke i përshtatur metodat dhe përgjigjet në një mënyrë që maksimalizon saktësinë. (*Shih mësimnxënien automatike*).

Kiborg – i referohet ose një njeriu të asistuar nga një bot ose një bot-i të asistuar nga njeriu.

Kodim – proces i kodimit të të dhënave në mënyrë që ato të mund të interpretohen vetëm nga pritësit e synuar.

Kompanitë kryesore të teknologjisë dixhitale – subjekte private që ofrojnë shërbime lidhur me teknologjinë e informacionit dhe komunikimit dhe zotërojnë platformat e veta të rrjeteve sociale.

Mbulimi me pagesë – numri i përdoruesve, të cilët e kanë parë përmbajtjen e publikuar kundrejt një pagese. Mbulimi me pagesë, përgjithësisht, shtrihet në një rrjet shumë më të gjerë sesa mbulimi organik – mesazhet, teorikisht, mund të lexohen nga persona jashtë një liste konkrete kontaktesh.

Mbulim organik – numri i përdoruesve unikë, të cilët e shohin përmbajtjen pa promovim me pagesë.

Mbulim – matje të dhënash që përcakton audiencën potenciale maksimale për një mesazh të dhënë, përcaktuar nga një përlllogaritje që përfshin numrin e ndjekësve, shpërndarjeve dhe përshtypjeve.

Mbulim nga Facebook – numri i përdoruesve unikë, të cilët e kanë parë përmbajtjen e një faqeje të Facebook-ut. Facebook ofron dy matje të ndryshme të mbulimit: 1) mbulimin e përgjithshëm: numri i përdoruesve unikë, të cilët, gjatë shtatë ditëve të fundit, kanë parë një përmbajtje që ka lidhje me faqen e Facebook-ut; 2) matjen e postimeve: numri i përdoruesve unikë, të cilët e kanë parë një postim të caktuar në Facebook në listën e tyre “Listë e publikimeve të reja”. Këto dy kategori mund të ndahen në: 1) Mbulim organik: numri i përdoruesve unikë, të cilët e kanë parë përmbajtjen falas; dhe 2) Mbulim me pagesë: numri i përdoruesve unikë, të cilët e kanë parë përmbajtjen falë blerjes së shikueshmërisë, duke e fuqizuar atë ose duke blerë një reklamë.

Meme – fotografi me diçiturë, të shpërndara përmes internetit.

Mësimnxënie automatike – një lloj inteligjence artificiale, në të cilën kompjuterat përdorin sasi shumë të mëdha të dhënash për të mësuar si t’i kryejnë detyrat më shumë në saje të përvojës dhe operacioneve të kaluara sesa duke qenë të programuar për t’i kryer ato.

(Mikro)shënjestrim – teknikë që përdor të dhënat e njerëzve, përfshirë dhe të dhënat demografike, lidhur me çka ata pëlqejnë, me kë janë të lidhur, çfarë kanë blerë e më shumë, me qëllim segmentimin e tyre në grupe të vogla për promovimin e përmbajtjes.

Neutralitet i rrjetit – ideja, parimi ose kërkesa, sipas së cilës ofruesit e shërbimit të internetit duhet t’i trajtojnë të gjitha të dhënat e internetit njëlloj, pavarësisht nga lloji, burimi apo destinacioni i tyre.

Ndërfaqe e programimit të aplikacionit (NPA) – blloqe ndërtimi, me anë të të cilave të dhënat nga një mjet ose një aplikacion i rrjetit mund të shkëmbehen me një tjetër, apo të merren nga një tjetër.

Ndjekës të rremë – llogari anonime ose mashtruese të rrjeteve sociale, të krijuara për të dhënë përshtypje të rreme popullariteti të një llogarie tjetër. Nxjerrja e të dhënave – procesi i nxjerrjes së të dhënave analitike nga një faqe interneti ose një platformë sociale.

Panel i kontrollit – ndërfaqe që shpeshherë jep me një vështrim, pamje grafike të indikatorëve kryesorë të performancës (IKP-ëtë), të rëndësishëm për një objektiv të caktuar. Nga pikëpamja pamore, ai ndjek, analizon dhe shfaq indikatorët kryesorë, metrikat dhe pikat kryesore të të dhënave, me qëllim monitorimin e një procesi specifik.

Parregullsi të informacionit – kuadër konceptual për shqyrtimin e llojeve të përmbajtjes keqdrejtuese ose manipuluese, të tilla si: propaganda, gënjeshttrat, komplotet, thashethemet, rrengjet, përmbajtja tejet partiake, pavërtetësitë ose mediat e manipuluar. Ndër parregullsitë e informacionit përfshihen tre lloje të ndryshme: informimi i rremë, dezinformimi dhe keqinformimi.

Përforsim i trilluar – mbulimi ose përhapja e informacionit që stimulohet me mjete artificiale dhe mund të përfshijë manipulimin njerëzor ose të automatizuar të rezultateve të programeve kompjuterike për kërkime në bazat e të dhënave dhe të listave të tendencave, promovimin e disa lidhjeve referente ose *hashtag*-ësh në rrjetet sociale.

Përmbajtje e gjeneruar nga përdoruesit (PGJP) - tekst, regjistrim zanor, video, foto, citime etj., që krijohen nga një përdorues ose grup përdoruesish të rrjeteve sociale.

Përmbajtje organike – përmbajtje e lirë apo e pasponsorizuar, e nxjerrë nga llogaritë e njerëzve, përmbajtje e prodhuar në rrjetet sociale pa promovim kundrejt pagesës.

Praktikë e shkëmbimit të informacionit apo të dhënave, duke angazhuar një grup individësh – të kërkuarit e ideve ose përmbajtjes nga një grup personash, përgjithësisht, në internet.

Propagandë me anë të kompjuterit – përdorimi i algoritmeve, automatizimit dhe mbikëqyrjes nga njeriu për përhapjen e qëllimshme të informacioneve të rreme dhe llojeve të tjera të përmbajtjes manipuluese në rrjetet sociale.

Provokim – akt i postimit në mënyrë të qëllimshme të një përmbajtjeje fyese ose nxitëse për një komunitet të internetit, me synimin për t’i provokuar lexuesit ose për të prishur bashkëbisedimin.

Reklama të padukshme – reklama që janë të dukshme vetëm për publikuesin dhe audiencën e caktuar për të cilën ato synohen.

Sjellje joautentike e bashkërenduar (SJB) – grupe llogarish që punojnë bashkërisht për të mashtruar të tjerët lidhur me atë se kush janë ata apo çfarë bëjnë ata në internet.

Shkallë e angazhimit – metrikë e përdorur për të dhënë një përshkrim të sasisë së ndërveprimeve përmes internetit – “Më pëlqen”, “Ndarje me të tjerë”, “Komente” – pjesë e përmbajtjes së marrë.

Shpejtësi e reagimit – metrikë e angazhimit që vlerëson nivelin e ndërveprimit të llogarive me audiencën e tyre sociale, përlllogaritur si rezultat i raportit midis përmendjeve, të cilave iu është përgjigjur një përdorues, brenda një periudhe të caktuar kohe, dhe numrit të përgjithshëm të përmendjeve, që ai/ajo ka marrë.

Temë në tendencë – temat dhe *hashtag*-ët më të diskutuara në një rrjet social.

Verifikim i fakteve – procesi i përcaktimit të vërtetësisë dhe saktësisë së informacioneve zyrtare të publikuara, të tilla si: deklaratat e politikanëve dhe buletinet e lajmeve

Faqet e rrjeteve sociale në internet i kanë çuar fushatat zgjedhore drejt një epoke të re të komunikimit, në të cilën zgjedhësit kanë më shumë kanale për të shprehur opinionet e tyre. Ndërsa faqet e rrjeteve sociale ofrojnë hapësirë që zgjedhësit të rrisin pjesëmarrjen e tyre të drejtpërdrejtë në fushata, dhe bëjnë të mundur që kandidatët ta mobilizojnë më mirë mbështetjen, përdorimi i rrjeteve sociale, veçanërisht gjatë fushatave zgjedhore, paraqet një numër të madh sfidash. Disa prej tyre paraqesin rreziqe ndaj ushtrimit dhe mbrojtjes së lirive themelore dhe të drejtave të njeriut, si dhe ndaj integritetit të procesit zgjedhor, në përgjithësi.

Përmes këtij Udhëzuesi synohet që të ofrohet kuadri, kryesisht për vëzhguesit e zgjedhjeve të ODIHR-it, për vlerësimin e duhur të ndikimit të aspekteve kryesore të zhvillimit të fushatës përmes internetit, në integritetin e procesit zgjedhor dhe zhvillimin demokratik të fushatave zgjedhore. Ndër këto aspekte përfshihen dhe aktivitetet përmes internetit të kandidatëve në zgjedhje, përhapja e llojeve specifike të përmbajtjes lidhur me procesin zgjedhor, bërja e reklamave politike gjatë fushatës zgjedhore, si dhe mbrojtja e të dhënave personale.

