

Gostivar, 2016

# Strategjia e komunikimit



Asociacioni për Iniciativa Demokratike



## Përmbajtja

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Rezume përmbledhëse.....                                                                            | 2  |
| 2. Hyrje.....                                                                                          | 4  |
| 3. Metodologjia për hartimin e strategjisë së komunikimit .....                                        | 5  |
| 4. Nevoja dhe arsyeshmëria për hartimin Strategjisë.....                                               | 6  |
| 5. Qëllimet e përgjithshme dhe specifike të Strategjisë së komunikimit: .....                          | 7  |
| 6. Grupet e synuara dhe kanalet e komunikimit .....                                                    | 7  |
| 7. Përpunimi i qëllimeve strategjike dhe komunikuese, nevojat, aktivitetet dhe resurset për realizim.. | 8  |
| 8. Korniza kohore .....                                                                                | 11 |
| 9. Përgjegjësia për zbatimin e strategjisë, mbikëqyrja dhe vlerësimi.....                              | 11 |



## 1. Rezyme përmbledhëse

Strategjia e komunikimit është produkt i përpjekjeve të shoqatës qytetare Asociacioni për Iniciativa Demokratike (ADI) për përmirësimin e dukshmërisë dhe transparencës në punë para konstituentëve të saj.

Strategjia e komunikimit e ADI-t shkon në drejtim të realizimit të qëllimeve strategjike të shoqatës dhe duhet të ndihmojë në forcimin e kapaciteteve të gjithmbarshme, si dhe të garantojë rol të qëndrueshëm dhe transparent në procesin demokratik. Më konkretisht, ky dokument paraqet kornizë për zbatim të planifikuar dhe efikas të qëllimeve të përcaktuara, si dhe bazë për përgatitje të programeve të detajuara për zbatimin e aktiviteteve të komunikimit.

Hartimi i kësaj strategjie ngërthen metodën e qasjes participative, analizë të nevojave të ADI-t, revizion të PR ekzistues si dhe konsultime me konstituentët e ADI-t. Me rrjetëzim të të gjitha resurseve komunikuese dhe shfrytëzim maksimal të kapaciteteve komunikuese mundësohet përmirësimi dhe tejkalimi i mangësive dhe dobësive të kyçe të komunikimit. Njëherësh, përmes kësaj strategjie të komunikimit ofrohen një sërë veprimesh të targetuara specifike për përmirësimin e komunikimit të dyanshëm të ADI-t me mbështetësit e tij.

Dedikimi i kësaj strategjie është vendosja e sistemit të qëndrueshëm të komunikimit me të gjitha palët e involvuara gjatë përçimit të mesazheve të shoqatës në paraqitjen e drejtpërdrejtë deri te grupet e synuara, si dhe drejtimi nëpërmjet mediave nacionale dhe lokale dhe rrjeteve sociale.

*Hartimi i strategjisë së komunikimit është mbështetur nga Programi për përkrahje të shoqërisë civile - Civica Mobilitas. Civica Mobilitas është projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC), të cilin e zbatojnë NIRAS nga Danimarka, Qendra Maqedonase për Bashkëpunim Ndërkombëtar (QMBN) dhe Instituti Suedez për Administratë Publike (SIPU)*



*Citizens for change!*



## **Qëllimet e përgjithshme të strategjisë së komunikimit:**

1. Përmirësimi i transparencës së punës së shoqatës ADI;
2. Përmirësimi i komunikimit të ADI-t me konstituentët;
3. Avancimi i imazhit të shoqatës qytetare ADI;

## **Kjo strategji e komunikimit do të kontribuojë edhe për:**

- ✓ Realizimin e interesave dhe qëllimeve të organizatës;
- ✓ Integrimin e marrëdhënieve me publikun, marrëdhëniet me mediat dhe marrëdhëniet korporative;
- ✓ Nxitja e të menduarit kreativ për mënyra të reja të zgjidhjes së sfidave të vjetra dhe pranimit të sfidave të reja;
- ✓ Shfrytëzimi më efektiv dhe më efikas i resurseve të kufizuara kohore, financiare dhe njerëzore;
- ✓ Arkivimi i rezultateve të arritura;



## 2. Hyrje

Asociacioni për Iniciativa Demokratike (ADI) është i regjistruar si organizatë joqeveritare në vitin 1994 me qëllim bazë – edukimi i votuesve në zgjedhjet parlamentare në vitin 1994 dhe për zgjedhjet lokale në vitin 1996 në Maqedoni. Duke vepruar lokalisht, duke i anticipuar nevojat e komunitetit, ADI me sukses u ballafaqua me sfidat të dala para vendit. Shoqata ishte aktive dhe në kohën e krizës në Kosovë dhe Maqedoni që do të thoshte edhe ndërmarrjen e veprimeve post-konfliktuale, respektivisht aktivitete që vepronin në drejtim të ndërtimit të mirëbesimit ndërmjet komuniteteve dhe promovim të bashkëjetesës multietnike.

Në dekadën e fundit, ADI vepron në promovimin dhe përfaqësimin e të drejtave të njeriut, si dhe në ndjekjen e respektimit të tyre nga ana e institucioneve shtetërore. Duke i përfaqësuar vlerat euro-atlantike, sot ADI vepron në drejti të zhvillimit të demokracisë përmes konceptit të qeverisjes së mirë, marrëdhënieve konstruktive ndëretnike dhe respektim të parimit të participimit në marrjen e vendimeve.

ADI është një aktor i rëndësishëm i shoqërinë civile në pjesën veri-perëndimore të Maqedonisë, në nivel kombëtar dhe në një farë mase në rajon, bazuar në vlerat dhe interesat e përfaqësimit dhe ndikimi të tyre në shoqëri. Toleranca, solidariteti, shprehja e lirë e ideve dhe mendimeve janë pjesë e vlerave të vendosura dhe kulturës së punës së organizatës.



### 3. Metodologjia për hartimin e strategjisë së komunikimit

Strategjia e komunikimit e Asociacionit për Iniciativa Demokratike (ADI) duhet të ndihmojë në përmirësimin e reputacionit të shoqërisë civile, dukshmërisë së saj të rritur dhe njohjes nga ana e qytetarëve. Funkzioni primar i strategjisë është të specifikojë mënyrat dhe format e përpunimit të informacioneve të cilat shoqata dëshiron t'i ndajë me grupet e synuara. Vetë strategjia do të veprojë edhe në përmirësimin e kapaciteteve të brendshme të ADI-t për PR qasje, si dhe për vendosjen e marrëdhënie të qëndrueshme me mediat.

Në përgatitjen e strategjisë, ADI ka zbatuar një qasje participative dhe konsultative, analizë të anëve të deritashme të forta dhe të dobëta në komunikim me publikun, si dhe revizion të Strategjisë ekzistuese të ADI-t për marrëdhënie me publikun.

Strategjia e komunikimit shkon në favor të strategjisë të ADI-t dhe është në përputhje me vizionin, misionin, qëllimet dhe vlerat e ADI-t.

Strategjia e komunikimit përmban:

- Definimin e qëllimeve të përgjithshme dhe specifike të komunikimit;
- Anët e brendshme të forta dhe të dobëta të komunikimit dhe sfidat;
- Anët e dobëta të brendshme dhe rreziqet (konteksti mediatik, politik dhe publik);
- Identifikimin e audiencës së synuar, përcaktimin e nevojave të secilit grup të synuar në drejtim të qëllimeve komunikuese të organizatës;
- Zhvillimin e mesazheve të shfrytëzuara ndaj publikut të gjerë dhe drejt çdo grupi të synuar veç e veç;
- Instrumente, kanale dhe aktivitete të shfrytëzuara gjatë transmetimit të informacionit dhe realizimit të komunikimit;
- Kornizë kohore të zbatimit të aktiviteteve;
- Përgjegjësi për zbatimin e strategjisë, monitorim dhe vlerësim.



## 4. Nevoja dhe arsyeshmëria për hartimin Strategjisë

### *Analizë e gjendjes*

Asociacioni për Iniciativa Demokratike në kuadër të veprimeve të veta dhe aktiviteteve të projektit, duke i shfrytëzuar së pari mediat lokale dhe rrjetet sociale, ndan informacione për audiencën. Tipari kryesor i marrëdhënieve me publikun është përdorimi i gjuhës maqedonase dhe gjuhës shqipe në fushën e komunikimit, mesazhet, fjalimet në publik me një gamë të gjerë të grupeve të synuara. Edhe pse ADI komunikon me publikun duke përdorur mediat, megjithatë ende i mungon një qasje strategjike në komunikimin me grupet e synuara, duke marrë parasysh diversitetin e grupit të synuar dhe kategorive të ndryshme të përfshira me ta.

Prej resurseve që janë vënë në dispozicion, në komunikimin me publikun ADI ka person për marrëdhënie me publikun i cili ka përvojë shumëvjeçare pune me mediat. Organizata ka ueb faqen e vet, Funpage-in e vet në Facebook dhe profil të vetin në Twitter. Për më tepër, ADI ka një Strategji për marrëdhëniet me publikun që është hartuar në vitin 2007.

Nevojën për përgatitjen e Strategjisë së Komunikimit, ADI e sheh në rritjen e teknologjisë, por edhe në nevojën për ndarjen e rregullt të informatave me grupin e synuar për edukimin e tyre në lidhje me aktivitetet e ADI-t. Në konsultim me konstituentët e ADI-t, është detektuar nevoja për komunikim të rregullt me mediat lokale për ndarjen e informacioneve mbi aktivitetet dhe rezultatet e arritura të projekteve. Nëpërmjet raportimit të rregullt, do të përmirësohet ndërgjegjësimi i popullatës, ndërsa ADI do të rrisë mirëbesimin në mesin e konstituentëve.

Analiza e ueb portalit dhe aktivitetit në rrjetet sociale tregon shfrytëzim të herëpashershëm të të njëjtave, ajo që është pozitive në informacionet e shpërndara është mesazhi i qartë që dërgohet, si dhe vëllimi i të dhënave të ndara. Mungon përditësimi i rregullta në ueb faqen dhe një numër më i madh i përkrahësve në rrjetet sociale. Edhe pse ADI ka një Strategji solide për marrëdhëniet me publikun, megjithatë ende ka nevojë të përmirësohet për të plotësuar nevojat e sotme për marrëdhënie me publikun. ADI ka logon dhe akronimin e vet që është i njohur në mesin e konstituentëve me të cilët bashkëpunon.

Me qasjen strategjike do të përfshihen të gjitha elementet e komunikimit: mesazhin ta përcjellë një person i cili i ka të gjithë informacionet e domosdoshme, të respektohen afatet ndërsa aksioni i ndërmarrë të bëhet në një mënyrë ekonomike. Strategjia do të japë një pasqyrë të plotë të aktiviteteve të komunikimit dhe lidhjen e tyre me qëllimet strategjike dhe programore të organizatës.



## 5. Qëllimet e përgjithshme dhe specifike të Strategjisë së komunikimit:

### Qëllimet e përgjithshme të strategjisë së komunikimit:

1. Përmirësimi i transparencës së punës së shoqatës ADI;
2. Përmirësimi i komunikimit të ADI-t me konstituentët;
3. Përparimi i imazhit të shoqatës qytetare ADI para mbështetësve;

### Qëllimet specifike të strategjisë së komunikimit:

1. Informim i përmirësuar i informimit të qytetarëve për të drejtat e njeriut;
2. Respektimi i diversiteteve etnike, kulturore dhe fetare në komunitet;
3. Promovimi i konceptit për pjesëmarrje qytetare, rrjetëzim dhe edukim;
4. PR i përmirësuar i ADI-t;

## 6. Grupet e synuara dhe kanalet e komunikimit

Komunikimi me publikun është një proces afatgjatë i cili përmban një sërë aktiviteteve dhe elementesh, siç janë informacionet, mënyrat dhe kanalet përmes të cilave janë bartur ato informacione, shkaqet dhe qëllimet e informacionit, si dhe përcaktimi i një grupi specifik të synuar që do të jetë i prekur me problemin apo me zgjidhjen që përpunohet. Njëkohësisht, komunikimi i planifikuar asnjëherë nuk duhet të jetë qëllim vetë më vete, por të paraqesë vetëm njërin nga mënyrat për realizimin e objektivave të organizatës. Pikërisht nga kjo buron nevoja për një qasje strategjike për t'iu drejtuar audiencës së synuar, si dhe nevoja për grumbullimin e sistematizuar të informatave kthyes nga publiku.

### Grupet kyçe të synuara:

- Pjesëtarët e bashkësive etnike;
- Të rinjtë;
- Institucionet lokale dhe shtetërore;
- Organizatat qytetare;
- Mediat nacionale dhe lokale;

Bazuar në përvojën e deritashme të ADI-t, grupet e tija të synuara, resurset me të cilat disponon, qasshmëria e mjeteve për komunikim dhe përshtatshmërinë e tyre drejt objektivave të përcaktuara, audiencën dhe mesazhin, organizata do t'i përdorë instrumentet për komunikim të drejtpërdrejtë dhe të tërthortë.





Me qëllim të komunikimit të rregullt dhe të papenguar, ADI, për komunikim do t'i shfrytëzojë kanalet me sa vijon:

- Mjetet elektronike (faqja e internetit, e-mail adresat zyrtare, komunikatat etj.);
- Mediat (lokale dhe nacionale, mediat e shkruara dhe elektronike);
- Mediat e reja;
- Materialet e shtypura;
- Komunikimin personal;
- Materialet promovuese.

## 7. Përpunimi i qëllimeve strategjike dhe komunikuese, nevojat, aktivitetet dhe resurset për realizim

**Qëllimi strategjik i ADI-t 1:** Integrimi dhe monitorimi i të drejtave të njeriut në politikë, ekonomi dhe në sferën sociale të shoqërisë;

1. **Qëllimi specifik i komunikimit 1:** Informim i përmirësuar i qytetarëve për të drejtat e njeriut;

### Nevojat:

- Informim i drejtë dhe në kohë reale i qytetarëve mbi të drejtat e tyre.
- Pjesëmarrja dhe proaktiviteti në marrjen e vendimeve me interes publik.
- Zgjidhja e problemeve që lidhen me politikën, ekonominë dhe sferën sociale në shoqëri.

### Aktivitetet:

- Promovimi i qasjes së bazuar në të drejtat e njeriut, identifikimi i grupeve të lëndueshme dhe inkuadrimi i drejtpërdrejtë i tyre në proceset vendimmarrëse.
- Shpërndarje e rregullt e informatave që lidhen me të drejtat e njeriut nga analizat e qasshme të ADI-t dhe dokumentet ndërkombëtare.
- Azhurnimi i ueb portalit me analiza, si dhe me komunikata që përmbajnë informata për të drejtat e njeriut.

### Kanalet:

- Ueb portalit;
- Rrjetet sociale (facebook, twitter);
- Broshurat;
- Ngjarjet publike.



**Qëllimi strategjik 2:** Promovimi i politikave demokratike, tolerancës ndëretnike dhe ndërkulturore, participim dhe procese transparente.

**Qëllimi komunikues 2:** Respektimi i diversiteteve etnike, kulturore dhe fetare në komunitet;

**Nevojat:**

- Sigurimi i mbrojtjes dhe pjesëmarrjes së grupeve etnike në rrjedhat shoqërore nëpërmjet të lehtësimit të procesit inkluziv të menaxhimit.
- Informim jo i mjaftueshëm i popullatës për konceptin e barazisë dhe ekzistimin e Ligjit për parandalim dhe mbrojtje nga diskriminimi.

**Aktivitetet:**

- Promovimi i politikave dhe praktikave të cilat mbështesin demokracinë multikulturore.
- Mbështetje e aktiviteteve që promovojnë parimin e qeverisjes së mirë, transparencën dhe inkluzivitetin.
- Ndarja e informacioneve që mbështesin bashkëjetesën ndëretnike, tolerancën dhe bashkëpunimin.

**Kanalet:**

- Debatet publike;
- Rrjetet sociale (facebook, twitter);
- Takimet e organizuara të drejtpërdrejta;
- Mediat lokale.

**Qëllimi strategjik 3:** Mbështetja e qytetarëve përmes pjesëmarrjes qytetare, rrjetëzimi, përfaqësimi dhe aktivitetet edukative.

**Qëllimi strategjik 3:** Promovimi i konceptit për qytetarët, rrjetëzimi dhe edukimi.

**Nevojat:**

- Krijimi i një shoqërie më dinamike përmes mundësisë për angazhim aktiv për transparencë dhe llogaridhënie.
- Iniciativa për veprim të qytetarëve si gjeneratorë të ndryshimeve demokratike në shoqëri.



#### Aktivitetet:

- Vendosja e mekanizmave për dëgjimin e “zërit të popullit”.
- Mirëmbajtja e programeve të suksesshme edukative për promovimin e vlerave multietnike dhe klimë pozitive për bashkëjetesë.
- Rrjetëzimi i organizatave dhe qytetarëve me mbështetje të institucioneve lokale për ngritjen e aktivizmit për krijim të një shoqërie më të mirë.

#### Resurset:

- Rrjetet sociale (facebook, twitter);
- Broshurat;
- Doracakët;
- Trajnimet dhe punëtoritë;
- Debatet publike.

**Qëllimi strategjik 4:** Rritja e informimit të publikut për aktivitetet e ADI-t.

**Qëllimi komunikues 4:** PR i përmirësuar i ADI-t.

#### Nevojat:

- Rritja e mbështetjes nga ana e qytetarëve
- Nxitja e përfshirjes së qytetarëve në aktivitetet e ADI-t.
- Përforsimi i kapaciteteve të shoqatës qytetare ADI si organizatë e cila punon për dhe në shoqërinë multikulturore.

#### Aktivitetet:

- Takimet e PR menaxherit me redaktorët e mediave lokale
- Organizimi i ngjarjeve nën qiell të hapur, promovime, komunikata për publikun, tribuna, kampanja, shpërndarje të materialit promovues dhe informues.
- Vendosja e një mekanizmi për ndjekjen e rregullt të mediave dhe punën e gazetarëve të cilët merren me sektorin civil dhe problematikën konkrete në të cilën punon shoqata qytetare
- Lidhja e nevojave dhe interesave të ADI-t me interesat e audiencave të ndryshme me të cilat duhet të komunikohet nëpërmjet marrëdhënieve me publikun.



#### Resurset:

- Takimet e drejtpërdrejta;
- Komunikatat për publikun;
- Materialet promovuese dhe informative;
- Rrjetet sociale (facebook, twitter);
- Mediat lokale.

## 8. Korniza kohore

Shoqata qytetare ADI e di se efektet arrihen gradualisht, vetëdija rritet pak nga pak, interesi rritet në faza, kurse sjellja modifikohet në hapa. Aktivitetet për realizimin e qëllimeve strategjike të komunikimit do të zhvillohen vazhdimisht. Gjithashtu, ata do t'i ndjekin aktivitetet për prioritetet strategjike të përcaktuara në planin strategjik të shoqatës qytetare ADI.

## 9. Përgjegjësia për zbatimin e strategjisë, mbikëqyrja dhe vlerësimi

Strategjia e komunikimit të ADI-t është objektive dhe e balancuar, ndërsa për këtë kontribuon kontrolli, ndjekja e efekteve, ndikimi dhe rezultatet të cilat analizohen dhe evalvohen. Procesi në plotësimin e aktiviteteve të strategjisë së komunikimit ka formën e nivelit kuantitativ dhe kualitativ të matjes, dhe me këtë kuptohet nëse qëllimi është arritur me përfshirjen e kohës dhe shpenzimit që është bërë. Njëkohësisht, drejtpeshimi financiar dhe buxhetor është i rëndësishëm thelbësor për marrëdhëniet me publikun dhe strategjinë e komunikimit në përgjithësi.

Zbatimi i kontrollit të komunikimit të ADI-t është bërë në një mënyrë shumë të thjeshtë. Shoqata qytetare shfrytëzon pyetje të hapura me audiencë të brendshme dhe të jashtme për të zbuluar sa më shumë se çka duhet të adaptojë, ndryshojë ose përmirësojë.

Monitorimi dhe evalvimi është një faktor kyç në përcaktimin e suksesit të aktiviteteve të cilat janë pjesë e strategjisë së komunikimit.



Mekanizmat e përdorur nga shoqata qytetare ADI:

- Formimi i fokus grupeve me qëllim të marrjes së informatave kthyesë për suksesin e projekteve tashmë të realizuara;
- Grumbullimi i informatave kthyesë nga ana e shfrytëzuesve të shërbimeve, si dhe nga ana e grupeve tjera qëllimore të zbuluar në strategjinë e komunikimit;
- Monitorimi i rregullt dhe azhurnimi i mediave për njoftim në lidhje me punën e ADI-t;
- Pyetësi për pjesëmarrësit në aktivitete.