

STRATEGJIA
E
KOMUNIKIMIT DHE E KONTAKTIT

STRATEGJIA
E
KOMUNIKIMIT &
KONTAKTIMIT

Dhjetor, 2018

Ndihmuar me kontributin e çmuar të Grupit punues të përbërë nga përfaqësues të Komunës së Klinës:

Fadil Gashi, Kryesuesi Kuvendit të Komunës së Klinës

Binak Sylaj, Drejtor i Administratës

Ajet Sejdiu, Drejtorja e Financave

Vlora Tafili, Zyra e Kryetarit

Florida Gashi, OJQ KOHA

Halil Bekaj, Teknologji Informativ

Samir Gjergjaj, Zyra e Informimit

Vlora Gaxherri, Syri i Vizionit, Pejë

Arbresha Demaj, Syri i Vizionit Pejë

Zhvillimi i strategjisë është lehtësuar dhe përgatitur nga konsulenti i pavarur, Valton Karaxhiu.

PËRMBAJTJA

Akronimet.....	ii
Fjala e Kryetarit të Komunës.....	4
Përmbledhje	5
I. Hyrje	6
Analiza e gjendjes aktuale në rrafshin e komunikimit dhe kontaktimit.....	
SWOT Analiza.....	8
II. ZBATIMIDHE MENAXHIMI I STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT DHE KONTAKTIMIT.....	9
A. Qëllimi i Përgjithshëm i SKK.....	9
B. Objektiva e komunikimit të SKK.....	9
C. Grupet e Synuara	9
1. Grupi primar i synuar	9
2. Grupi sekondar i synuar.....	9
D. POROSIA/MESAZHI KRYESOR PËR GRUPET E SYNUARA	
E. Promovimi	10
F. Principet e strategjisë së komunikimit dhe kontaktit.....	10
III. Strategjitë	11
Aktivitet themelore për zbatimin e strategjisë	15
Faza para implementimit	15
Monitorimi dhe vlerësimi i implementimit të strategjisë së komunikimit dhe kontaktit.....	15
Buxheti.....	15

AKRONIMET

SiV	Syri i Vizionit
KCSF	Kosovo Civil Society Foundation
OJQ	Organizata Jo-qeveritare
SDC	Swiss Agency for Development and Cooperation
SKK	Strategjia e Komunikimit dhe Kontaktit
TI	Teknologjia Informative
ZK	Zyra e Kryetarit
ZI	Zyra e Informimit
ZTI	Zyra e Teknologjisë Informativ

Fjala e Kryetarit të Komunës së Klinës

Kam kënaqësinë t'ju prezantoj Strategjinë e Komunikimit dhe Kontaktit të Komunës së Klinës.

Komuna e Klinës, tashmë ka Strategjinë e Komunikimit dhe Kontaktit, që është hartuar konform nenit 13 dhe 58 të Ligjit mbi Vetëqeverisjen Lokale, Nr. 0/L-040 nenit 91 të Statutit të Komunës së Klinës. Pas takimit të mbajtur me drejtorët e Ekzekutivit, shqyrtimit të kësaj Strategjie në KPF dhe rekomandimit për shqyrtim dhe miratim në seancën e XI-të të Kuvendit të Komunës së Klinës, mbajtur më 28.12.2018, Kuvendi i Komunës aprovoi këtë dokument të rëndësishëm dhe mori statutin e Strategjisë së Komunikimit dhe Kontaktit për Komunën e Klinës.

Strategjia e Komunikimit dhe e Kontaktit (SKK) ofron një sërë udhëzimesh për aktorë të ndryshëm për të punuar së bashku dhe në mënyrë të harmonizuar, me synim nxitjen e shkëmbimit të informacionit dhe të njohurive në lidhje me proceset, zbatimin dhe arritjen e Sistemit të Komunikimit dhe Kontaktit.

Qeveria lokale e Komunës së Klinës, me hapa konkretë ka dëshmuar për ndërtimin e një qeverisje të mirë për të gjithë qytetarët e saj. Objektivi i kryesor i qeverisjes lokale është në mbështetje të bashkëpunimit në mes Komunës dhe qytetarëve. Për të qenë në shërbim të qytetarëve është kërkuar të ndiqet një dinamikë më energjike e zhvillimeve socio-ekonomike, e cila nënkupton reformë të vazhdueshme duke fuqizuar dhe inkurajuar vazhdimisht pjesëmarrjen në vendimmarrje të qytetarëve. Për të fuqizuar pjesëmarrjen e qytetarëve në proceset vendimmarrëse është parë si domosdoshmëri hartimi dhe miratimi i një strategjie, e cila mbështet dhe qartëson komunikimin në relacionin Komunë - qytetar.

Strategjia Komunale për Komunikim dhe kontakt është punuar më përkushtim nga grupi punues i Komunës së Klinës, po ashtu është mbështetur nga Syri i Vizionit në Pejë. Ky dokument do të jetë një ndihmë e madhe për Zyrën për Informim, që me punën dhe angazhimin e vet është kujdesur dhe ka siguruar marrëdhënie të mira me qytetarët. Dokument strategjik, lehtëson kyçjen e qytetarëve dhe shoqërisë civile në organet e pushtetit lokal përmes takimeve të ndryshme (debateve publike, asamble komunale, vendbanime, fshatra, lagje, medieve të shkruara dhe elektronike, ueb faqes, rrjeteve sociale), për dhënien e sugjerimeve, mendimeve, vërejtjeve dhe propozimeve.

Pra, qëllimi i kësaj Strategjie është ta ofrojë informacionin në mënyrë të profesionalizuar, në njohjen dhe ecuritë e zbatimit të saj dhe të sqarojë që ky proces është i integruar, përkatësisht më tepër ka të bëjë me komunikim të organizimit të brendshëm të Komunës, po ashtu paraqet një rëndësi dimensionale, kryesisht rreth informimit mbi aktivitetet dhe angazhimet e udhëheqjes së Komunës, Ekzekutivit dhe punës dhe angazhimit të përgjithshëm të Komunës së Klinës stafit zyrtar të saj.

Falënderoj të gjithë ata që kontribuan në hartimin e këtij dokumentit të rëndësishëm për qytetarët e Komunës sonë.

Me respekt.

Kryetari i Komunës,
Prof. dr. Zenun Elezaj

PËRMBLEDHJE

Me iniciativë të organizatës jo-qeveritare nga Peja Syri i Vizionit(SiV) e me përkrahjen e Fondacionit Kosovar për Shoqëri Civile - KCSF e të financuar nga Agjencia Zhvillimore Zvicerane/Swiss Agency for Development and Cooperation SDC dhe në bashkëpunim me komunën e Klinës, është hartuar Strategjia e Komunikimit dhe e kontaktimit. Qëllimi i përgjithshëm i kësaj strategjie është të krijojë rrethana të reja për angazhim aktiv të qytetarëve dhe palëve të interesuar në vendim-marrje, duke aplikuar qasje gjithëpërfshirëse dhe përdorur të gjitha mjetet moderne të komunikimit në dispozicion. Grupi punues ka zhvilluar konsultimet tre ditore të planifikimit dhe zhvillimit të kësaj strategjie në periudhën qershor-korrik, 2018. Ndër aktivitetet e para është kryer vlerësimi për nevojat e komunikimit, me objektivin për të kuptuar praktikat aktuale të komunikimit. Zyrtarët komunal në mënyrë proaktive kanë marrë pjesë në diskutime të hapura duke vlerësuar gjendjen aktuale sa i përket komunikimit dhe kontakteve me qytetarë dhe kanë dhënë kontributin e tyre të çmuar për të dizajnuar këtë strategji. Në grupin punues kanë marrë pjesë zyrtarë të Komunës së Klinës, përfaqësues të shoqërisë civile dhe Syri i Vizionit.

I. HYRJE

ANALIZA E GJENDJES AKTUALE NË RRAFSHIN E KOMUNIKIMIT DHE KONTAKTIMIT

Komuna e Klinës gjatë viteve të pasluftës ka avancuar në mënyrë sistematike në përmirësimin e spektrit ligjor ndërsa kohëve të fundit ka përmirësuar dhe intensifikuar angazhimin e saj për një komunikim sa më të mirë me palët e interesit, e veçanërisht me qytetarët e Klinës. Gjatë përpjekjeve të komunës së Klinës për të komunikuar me qytetarët, ka organizuar fushata informuese, duke përdorur kryesisht mjetet tradicionale të komunikimit, me qëllim të mbajtjes së qytetarëve të informuar mbi zhvillimet në komunë dhe rreth saj. Format më të shpeshta të komunikimit kanë qenë postimet në vendet e dezignuara për informim, takimet e drejta për drejta në mes të kryetarit të komunës dhe qytetarëve dhe komunikimeve nëpërmjet radios së vetme që eksiton në komunë. Po ashtu, komuna ka organizuar tubime publike të parapara me ligj. Përkundër përpjekjeve në rritje, pjesëmarrja qytetare në vendimmarrje e diskutim të drejtpërdrejtë me komunën edhe pse është në rritje kohëve të fundit falë angazhimit të komunës, kërkon më shumë angazhim për të arritur në nivel të kënaqshëm. Për të rritur pjesëmarrjen e qytetarëve në vendim-marrje dhe komunikimin sa më efektiv, komuna po ashtu ka punuar me këshillat e fshatrave të cilët edhe pse nuk janë të zgjedhura ende (përveç në një fshat), kanë bërë përpjekje për të kontribuar që të përçojnë mesazhe drejtuar qytetarëve.

Në këtë kuptim, Komuna po bashkëpunon me organizata të shoqërisë civile me ç'rast është nënshkruar marrëveshje bashkëpunimi në mes të komunës së Klinës me OJQ Koha që ka për qëllim të monitorojnë nga afër se si funksionon Zyra e Kryetarit (ZK) dhe e Kryesuesit të Kuvendit të Komunës. Shkalla e angazhimit të shoqërisë civile në vendim-marrje synohet të rritet dhe të zgjerohet mësa më shumë organizata që është e mundur. Kryetari i Komunës vazhdon të mbajë takime të drejtpërdrejta me qytetarë në ditën e martë përfshirë edhe gjatë ditëve tjera të javës.

Përkundër përpjekjeve të vazhdueshme të komunës për të ngritur komunikimin me qytetarë në nivelin sa më dinamik dhe efektiv të mundshëm, mbetet edhe shumë punë për t'u bërë për të arritur rezultatet e dëshiruara. Qytetarët e Klinës vazhdojnë të jenë jo mjaftueshëm aktiv rreth zhvillimeve në Komunë dhe rreth saj, nuk i përgjigjen ftesave të komunës në numër të dëshiruar në takime publike dhe ngjarje tjera më rëndësi për qytetarë dhe zhvillimin e gjithëmbarshtëm të saj, edhe pse trendi është më pozitiv gjatë vitit 2018. Këshillat e fshatrave konsiderohet se do të luanin rol shumë të rëndësishëm, po që se nëse do të ishin funksionale në të gjitha fshatrat. Ndër dy shkaktarët kryesorë për performancë të dobët të këshillave të fshatrave konsiderohet se është mungesa e kompensimit financiar që ata e kërkojnë cila ndikon drejtpërdrejt në punën dhe nivelin e angazhimit të tyre. Disa nga faktorët kryesorë që ndikojnë që lajmet dhe informatat të mos arrijë tek qytetarët është mungesa e mediumeve lokale, mungesa e korrespondenteve dhe gazetarëve lokalë, mungesa e shërbimeve postare nëpër fshatra, mungesa e internetit në të gjithë territorin e Komunës së Klinës. Në anën tjetër, si përparësi paraqitet ueb - faqja e Komunës, e cila përditësohet rregullisht dhe vizitohet shumë shpesh. Megjithatë, Zyra e Teknologjisë Informative (ZTI) në Komunë vlerëson se ueb- faqja e Komunës nuk vizitohet nga banorët e fshatrave, për shkak të mungesës së internetit dhe mungesës së aftësive të përdorimit të pajisjeve teknologjike e internetit posaçërisht nga gjenerata e mesme dhe ajo e moshave të shtyra. Rishtazi, Komuna e Klinës ka hapur faqen e saj zyrtare në facebook. Për më tepër, sektori jo mjaftueshëm i zhvilluar i shoqërisë civile në Komunën e Klinës po ndikon që komunikimi në mes të qytetarëve dhe Komunës dhe pjesëmarrja e qytetarëve të mos jetë i nivelit të dëshiruar.

Në përgjithësi, komunat në Kosovë kanë zbatuar praktika për pjesëmarrje të qytetarëve që janë treguar si jo mjaftueshëm adekuate dhe jo efektive për të ndërmjetësuar në pritjet e qytetarëve dhe mobilizimin e tyre për të marrë pjesë në vendimmarrje. Kjo ka ndikuar në nivel të lartë të mos pjesëmarrjes së qytetarëve të cilët në përgjithësi ndihen të dekurajuar për faktin se konsiderojnë se edhe nëse marrin pjesë, mendimet e tyre nuk kanë asnjë ndikim në vendim marrje.

Komuna e Klinës synon të vazhdojë me progres në reforma në të gjitha fushat të cilat ka mandat, përfshirë edhe përmirësimin dhe avancimin e komunikimit me qytetar dhe të gjitha palët tjera të interesuara. Komunikimi me qytetar dhe palë të interesuara kërkon më shumë bashkërendim të ndërsjellë në mes të gjithë drejtorive dhe strukturave komunale, si dhe koordinim dhe bashkëpunim me sektorin jo-qeveritar dhe komunës në anën tjetër. Kjo kërkon shkallë të lartë të efikasitetit në komunikim, si dhe aplikim të metodave të menduara më mirë që kanë për qëllim përmirësimin e cilësisë shërbimeve dhe qeverisjes.

Në vijim, janë paraqitur disa nga praktikat të komunikimit nga ana e Komunës së Klinës:

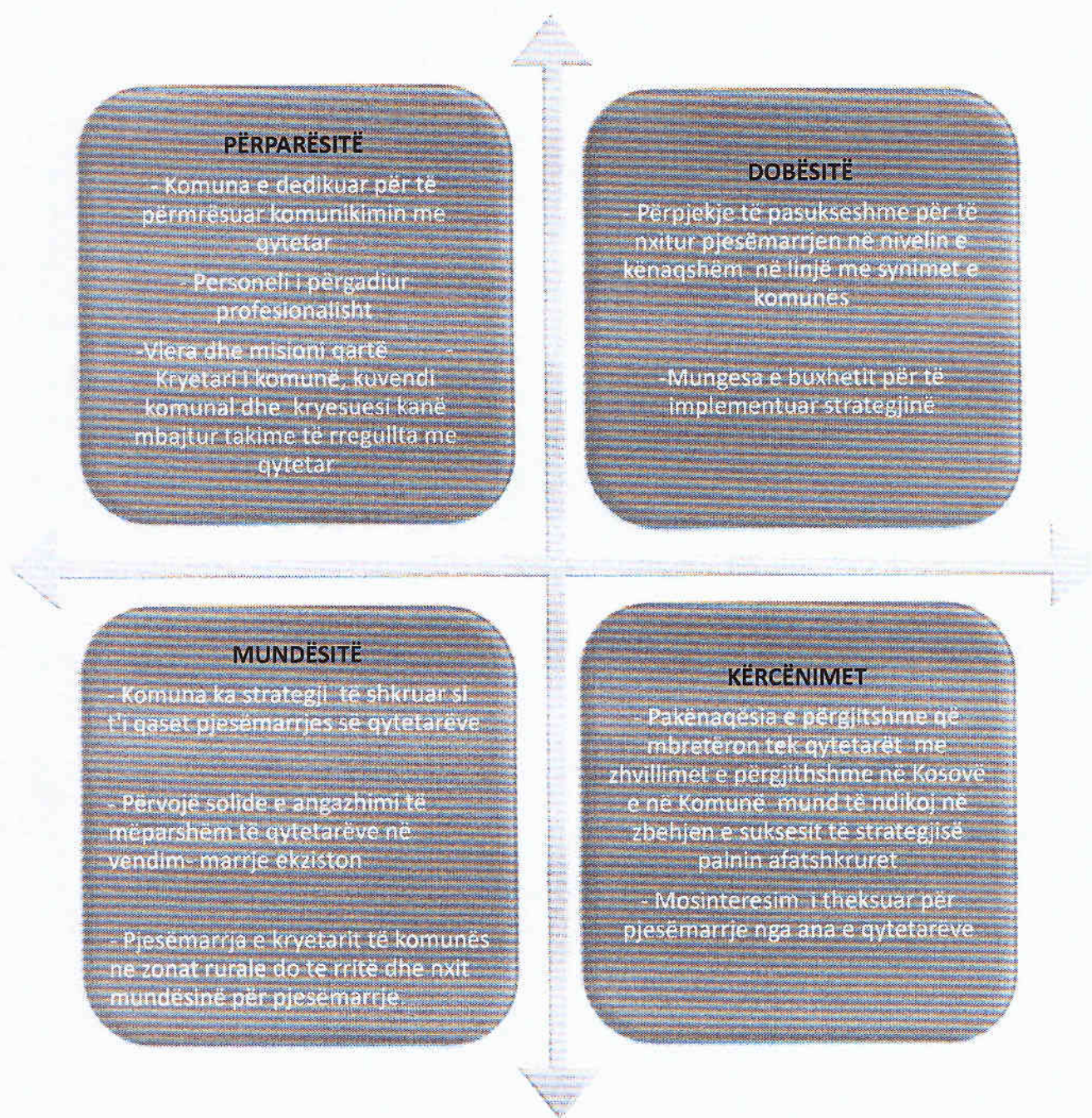
- Komunikimi me palë në formë verbale është ende prezent. Janë shumë të zakonshme format e komunikimit me qytetar të cilat në vend që të jenë në të shkruar, kryen në formë verbal. Është më se e nevojshme që të përdoret sa më shumë forma elektronike dhe e shkruar e të komunikuarit me palë/qytetar.
- Shpesh herë edhe ftesat për takime e ngjarje praktikohen të bëhen nëpërmjet telefonit dhe në formë verbale. Kjo formë e komunikimit krijon keqkuptime. Rekomandohet që komunikimet e komunës me palë të jashtme dhe komunikimi brenda për brenda Komunës në mes të zyrtarëve të bëhet në formë të shkruar.

- Strategjia e mëparshme e komunikimit edhe pse nuk ka qenë e shkruar, ajo është implementuar edhe në të kaluarën. Kjo Strategji ka qenë e bazuar në veprime ad-hoc, pa angazhuar të gjithë personelin relevant në zbatimin e saj dhe pa u koordinuar në mes të gjitha palëve.
- Shpesh herë, komuna nuk ka arritur të komunikojë në mënyrë efektive me të gjithë qytetarët. Informatat kanë depërtuar deri tek ato grupe të qytetarëve që jetojnë dhe veprojnë me afër komunës, ose kanë pasur kontakte me zyrtar komunal.

Në kuadër të strategjisë së komunikimit duhet të kihet parasysh që secila shkresë e arritur në Komunë të merë përgjigje në kohë përmbajtje dhe formë të duhur dhe assesi të kultivohet komunikimi një drejtimesh, kur palët dërgojnë e-mail ndërsa komuna nuk kthen përgjigje prapa.

Për më tepër, komunikimi i brendshëm është po aq i rëndësishëm sikur ai jashtëm, përbrenda dikastereve komunale i cili duhet të ngitet në nivel të komunikimit efektiv dhe të koordinuar me të gjithë akterët e involvuar në implementim të strategjisë. Departamentet e ndryshme duhet të jenë mirë të informuara mbi aktivitetet komunale. Disa aktivitete paraprake që janë të ndërlidhura me implementimin e strategjisë, duhet të kryhen në mënyrë që të sigurohet implemetnimi i suksesshëm i strategjisë. Ato janë të lidhura me aktivitet për të ngritur kapacitetet e brendshme të personelit të komunës.

SWOT ANALIZA



ZBATIMIDHEMENAXHIMI I STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT DHE KONTAKTIMIT

- Strategjia do të implementohet nga Komuna e Klinës e udhëhequr nga Zyra e Kryetarit, Zyra e Kryesuesit, me ndihmën e departamentit të Teknologjisë Informative. Në mënyrë që të drejtohet zbatimi i strategjisë së komunikimit, do të hartohet një plan i hollësishëm i veprimit. Ky plan i veprimit do të ketë për bazë objektivat dhe strategjitë e përcaktuar në këtë dokument. Plani i veprimit do të konsultojë të gjitha vendimet, rregulloret e ligjet relevante, do të ndërmarë veprime të ndryshme për të ngritur kapacitetet e stafit të involvuar në implementim të strategjisë, do të hartojë dokumente udhëzuese të lidhura me përmirësimin e komunikimit, si dhe do të përcaktojë kohor për zbatimin e aktivitete të strategjisë së komunikimit dhe kontaktimit.

Q
y
t
e
t
a
r
ë
t
n

A. Qëllimi i Përgjithshëm i SKK

Vendosja e standardeve dhe krijimi i kushteve ku të gjithë qytetarët e komunës së Klinës pa dallim ndihen të informuar mirë dhe të inkurajuar për të marrë pjesë drejtpërdrejt në vendimmarrje.

B. Objektiva e komunikimit të SKK

1. Përmirësimi i informimit dhe komunikimit ndërmjet palëve të ndryshme të interesit në komunën e Klinës me theks të veçantë qytetarët, të rinjtë e gratë duke i vendosur ata në rendin e parë si grup të synuar.
2. Rritja e pjesëmarrjes së qytetarëve në vendimmarrje me fokus të veçantë tek të rinjtë dhe gratë duke përdorur metoda kreative të komunikimit dhe kontaktit.
3. Mobilizimi i resurseve informative dhe komunikimit në komunën e Klinës duke bërë komunën institucion që mban të informuar dhe komunikon në mënyrë efektive me qytetarët e saj dhe të gjitha palët e interesit.

C. GRUPET E SYNUARA

1. Grupi primar i synuar

- Të rinj, gratë dhe studentët e intelektualët e rinj në Komunën e Klinës që kanë interes dhe kapacitete për të kontribuar në zhvillimin e mëtutjeshëm të komunës. Grupi i synuar shpesh interesim për zhvillimet në komunën e Klinës dhe jo domosdoshmërisht pajtohen me ecurinë e gjithëmbarshme të punëve në Komunë si dhe kanë mendim kritik konstruktiv.
- Grave aktive të Klinës të angazhuara në jetën publike, në biznes dhe sektor jo qeveritar.

2. Grupi sekondar i synuar

- Sektori i biznesit, mediet dhe organizatat rinore të shoqërisë civile dhe organizatat e grave.

D. POROSIA/MESAZHI KRYESOR PËR GRUPET E SYNUARA

- Pjesëmarrja e juaj ndikon drejtpërdrejt në zhvillimi e mëtutjeshëm të komunës dhe është e drejtë e garantuar me ligj
- Komuna po ndërmerr reforma dhe është e vendosur të inkuadrojë propozimet e qytetarëve me qëllim të përmirësimit cilësinë e shërbimeve.

- Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në vendim-marrje për një komunë me shërbime më të mira.
- Takimet me ju mundësojnë që të njiheni më afër me mundësitë reale të komunës tuaj.
- Vetëm me bashkëpunim mund të arrijmë rezultatet e dëshiruara.
- Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive dhe komunë të zhvilluar
- Nuk ka komunë të zhvilluar pa kryerjen e obligimeve të qytetarëve.

E. PROMOVIMI

Pasi që vendosen për mjetet kombinuara të komunikimit që do të përdoren nga ana e Komunës, duhet të vendoset se si do të promovohen komponentët e ndryshëm të strategjisë së komunikimit. Promovimi duhet të bëhet në nivelin e brendshëm dhe të jashtëm.

F. PRINCIPET E STRATEGJISË SË KOMUNIKIMIT

Strategjia e komunikimit do të zbatohet në përputhje me principet sinë vijim:

- Sinqeritet dhe saktësi,
- E qasshme për të gjithë qytetarët,
- E qartë, e thjeshtë dhe e lehtë për t'u kuptuar,
- Konsistente dhe relevant,
- Në linjë me legjislacion dhe rregulloret komunale,
- Monitorohet në baza të rregullta,
- Kosto të arsyeshme për implementim të saj.

II. STRATEGJITË

CKA	KU	KUR	PSE	SI	KUSH
Definimi problemit/çështja	1ose2 kanale të komunikimit	Ditore, javore, mujore, tremujore, glashtë- mujore vjetore.	Rezultatet e dëshiruara	Mjetet dhe mënyrat	Përgjegjësit

1. Çka: Ndërmjetësimi për pjesëmarrje të qytetarëve

Ku: Brenda lagjeve të komunës dhe fshatrat më pasive/më të largëta.

Kur: Në baza mujore gjatë një viti, me mundësi të vazhdimit.

Pse: Nxitja e pjesëmarrjes së qytetarëve në vendim-marrje.

Si: Komuna me OJQ-të vizitojnë lokacionet për të diskutuar me qytetar për rëndësinë e pjesëmarrjes. OJQ-të partnere vizitojnë vende e frekuentuara nga të rinjtë dhe bisedojnë me ta.

Kush: Zyra për Informim.

Audienca e targetuar: banorët e lagjeve brenda Komunës dhe fshatrat më pasive të Komunës.

Objektiva: Përafrimi dhe rritja e interesimit të qytetarëve të komunikojnë me komunën për çështje e interesit të përbashkët.

Porosia/të Kryesore: Pjesëmarrja e juaj ndikon drejtpërdrejt në zhvillimi e mëtutjeshëm të Komunës dhe është e drejtë e garantuar me ligj.

Strategjia mediale: njoftim në facebook, foto, deklaratë për shtyp.

2. Çka: Pritjet e mëdha të qytetarëve, mundësitë e kufizuara financiare të komunës

Ku: Komunikimi i mundësive reale të komunës

Kur: Në mënyrë të rregullt

Pse: Qytetarët informohen saktë dhe janë të vetëdijshëm për mundësitë reale të komunës.

Si: Takimet e drejtpërdrejta me qytetarë, radio debate, dëgjimet publike

Kush: Drejtoritë e ndryshme, asamblastët vizitojnë zonat e tyre elektorale, prezence mediale.

Objektiva: Krijohet bindja reale për mundësitë financiare të komunës, rritet besimi i ndërsjellë.

Porosia/të Kryesore: Takimet me ju mundësojnë që të njiheni më afër me mundësitë reale të komunës tuaj.

Strategjia mediale: postim në facebook, njoftim për media, web faqe.

3. Çka: **Raportet në mes të Komunës dhe shoqërisë civile të avancohen më tutje**

Ku: Në gjithë territorin e Komunës.

Kur: Te rregullta -tremujore/gjashtëmujore.

Pse: Forcimi i raporteve të bashkëpunimit me organizatat e shoqërisë civile të gjitha nën-sektorëve (të rinj, gra, personave me nevojë të veçanta) nëpërmjet takimeve.

Si: Ftesë për takim në hapësirat e komunës, vizita në zyrat e OJQ-ve.

Kush: Zyra për informim.

Porosia/të Kryesore: Vetëm me bashkëpunim mund të arrijmë rezultatet e dëshiruara

Strategjia mediale: foto, facebook, web faqe e komunës.

4. Çka: **Shembulli të një projekti të përbashkët me gra që prek interesin e përgjithshëm të publikut**

Ku: Aty ku ka shembull për të treguar sukses të matshëm.

Kur: Sipas nevojës.

Pse: Rritja e besimit të qytetarëve me më pak qasje në shërbimet komunale. Nxitja e pjesëmarrjes së grave.

Si: Të jepet shembull se komuna dhe qytetarët gra dizajnojnë projekt me pjesëmarrje dhe kontribut të përbashkët të ideve. Qytetarëve gratë komunës iu prezantohet modeli se si mund të përfitojnë nga angazhimi i përbashkët si dhe nga pjesëmarrja.

Kush: Zyra e Informimit.

Porosia/të Kryesore: Vetëm nëpërmjet bashkëpunimit mund të arrijmë rezultatet e dëshiruara

Strategjia mediale: TV nacionale, facebook, ueb faqe e komunës, radio.

5. Çka: **Ndërtimi i raporteve të komunikimit në mes të rinjve dhe menaxhmentit të Komunës së Klinës.**

Ku: Takime të drejtpërdrejta me grupe të vogla të rinjve.

Kur: Takimet e drejtpërdrejta me të rinj në zonat ku jetojnë. Prezantime mediale.

Pse: Përmirësimi i komunikimit me të rinjtë.

Si: Komuna ndërmerr fushatë të gjerë të informimit, propozojnë ide/projekt, takon të rinjtë në tre lokacione dhe dizajnon projekt me input të qytetarëve.

Kush: Zyra e Kryetarit.

Objektiva: Krijimi i shembujve të mirë të bashkëpunimit dhe komunikimit në mes të rinjve dhe komunë

Porosia/të Kryesore: Vetëm me bashkëpunim mund të arrijmë rezultatet e dëshiruara. Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në vendim-marrje për një komunë me shërbime më të mira.

Strategjia mediale: Facebook, ueb faqe

6. Çka: **Komunikim i drejtpërdrejt me qytetar nëpërmjet medieve sociale**

Ku: Në faqen e komunës në facebook

Kur: Tre mujor

Pse: Komunikim i drejtpërdrejtë, me kosto shumë të vogël. Rrit besimin e qytetarëve dhe mirëpritet vullneti i komunës për të ofruar forma të ndryshme të komunikimit.

Si: Komuna fton qytetarët në faqen e saj në facebook të parashtrojnë kërkesa, pyetje dhe të bëjnë sugjerime. Specialisti i IT moderon komunikim dhe siguron që të jetë në nivel dhe zyrtar nga ana e qytetarëve.

Kush: Specialisti i Teknologjisë Informative.

Porosia/të Kryesore: Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në

vendim-marrje për një komunë me shërbime më të mira .

Strategjia mediale: Facebook.

7. Çka: Pjesëmarrje e qytetarëve në përpilim të buxhetit vjetor – dëgjim publik

Ku: Fshatra dhe lagje sa më të largëta. Të vizitohen fshatrat ku do të prezantohen mundësitë për projekte.

Kur: Në kohën e duhur para se të shqyrtohet buxheti në asamble për miratim.

Pse: Për të përfshi idetë dhe nevojat e qytetarëve në mënyrë sa më të mirë të mundshme.

Si: Takime të drejtpërdrejta me qytetarë. Propozime të qytetarëve për buxhetin e vitit të ardhshëm

Kush: Zyrtar përgjegjës për buxhet dhe financa në Komunë. Specialisti i TI

Porosia/të Kryesore: Pjesëmarrja e juaj ndikon drejtpërdrejt në zhvillimi e mëtutjeshëm të Komunës dhe është e drejtë e garantuar me ligj.

Strategjia mediale: Incizim dhe postim live në facebook rrjedhën e diskutimit.

8. Çka: Mungesë e transmetimit të drejtpërdrejtë të seancave të asamblesë komunale

Ku: të mbulohet sa më shumë i gjithë territori i Komunës.

Kur: Rregullisht.

Pse: Për të përmirësuar informimin e qytetarëve për punën e asamblesë.

Si: Transmetimi i drejtpërdrejtë në radio lokale, në ueb faqen e Komunës dhe në llogarinë në facebook dhe youtube.

Kush: Zyra e teknologjisë informative.

Porosia/të Kryesore: Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive

Strategjia mediale: Transmetim i drejtpërdrejtë i seancave nëpërmjet facebook, ueb faqe, radio dhe TV nacionale.

9. Çka: Ballafaqimi i qytetarëve me përgjegjësitë para Komunës: Pagesa e shërbimeve komunale, mbrojtja e mjedisit

Ku: Të mbulohet sa më shumë i gjithë territori i komunës. Synim të jenë të gjitha lagjet e komunës dhe fshatrat e saj.

Kur: Rregullisht.

Pse: Për të përmirësuar komunikimin në mes të komunës dhe qytetarëve lidhur me temat që trajtojnë obligimet e qytetarëve.

Si: Takim i zyrtarëve që mbledhin pagesat për shërbime, asamblistët, përfaqësues të gjitha subjekteve politike

Kush: Zyrtar përgjegjës për informim.

Porosia/të Kryesore: Nuk ka komunë të zhvilluar pa kryerjen e obligimeve të qytetarëve

Strategjia mediale: Incizim live dhe transmetim në facebook, njoftim në web faqe

10. Çka: Shtimi i moduleve në ueb faqes e orientuar tek të rinjtë, diaspora dhe organizatat e huaja zhvillimore

Ku: Rubrika (platformë në ueb faqen e Komunës) për të rinjtë dhe organizata zhvillimore të jashtme, diaspora.

Kur: Deri në fund të vitit 2018.

Pse: Të rinj dhe organizatat zhvillimore mund të gjejnë informata për mundësi të veçanta bashkëpunimi për këto dy kategori me komunën.

Si: Takim me të rinj dhe OJQ rinore, qytetarë nga diaspora, biznesmen. Diskutim dhe mbledhja e

informative për inkorporim të elementeve të reja se si do të dukej web faqja e Komunës.

Kush: Specialisti i TI

Porosia/të Kryesore: Pjesëmarrja e juaj ndikon drejtpërdrejt në zhvillimi e mëtutjeshëm të komunës dhe është e drejtë e garantuar me ligj;

Strategjia mediale: Webfaqe, faqja e Komunës në facebook

11. Çka: Njoftimeve individuale tek qytetarët për të arriturat vjetore të Komunës

Ku: E-mail të qytetarëve dhe fletushkë

Kur: Vjetore në fazën e parë.

Pse: Bën që qytetarët të shohin të arriturat dhe rezultatet e komunë për një interval kohor.

Si: Që shpërndahe me postë derë më derë.

Kush: Zyra për informim.

Porosia/të Kryesore: Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive dhe komunë të zhvilluar.

Strategjia mediale: Nuk ka.

12. Çka: Shtimi i takimeve të Kryetarit të Komunës me qytetar në fshatra më të largëta dhe lagje më pak aktive

Ku: Takime të drejtpërdrejta me banorë të secilit fshat të Komunës së Klinës.

Kur: Javore.

Pse: Të përmirësohet komunikimi në mes të qytetarëve dhe Komunës dhe që Kryetari të vizitojë secilin fshat dhe lagje brenda komunës së paku një herë gjatë mandatit të tij.

Si: Takime të drejtpërdrejta.

Kush: Zyra e Kryetarit dhe OJQ partnere.

Porosia/të Kryesore: Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive dhe Komunë të zhvilluar.

Strategjia mediale: njoftim në ueb faqe, postim në facebook, njoftim në radio lokale.

13. Çka: Shembuj konkretë se si kanë përfituar qytetarët në rastet kur kanë marrë pjesë në vendimmarrje

Ku: Video të postuara në facebook, youtube, web faqe të Komunës.

Kur: Çdo tre muaj/sipas dinamikës kur paraqiten.

Pse: Për të stimuluar qytetarët për pjesëmarrje, si formë e dobishme për të përmirësuar kualitetin e jetës së tyre.

Si: Radio programe, fletushka, prezantime publike të zyrtarëve në takime me qytetarë.

Kush: Zyra e Kryetarit, drejtoritë e ndryshme, Zyra për informim.

Porosia/të Kryesore: Pjesëmarrja e juaj ndikon drejtpërdrejt në zhvillimin e mëtutjeshëm të komunës dhe është e drejtë e garantuar me ligj;

Strategjia mediale: facebook, youtube, radio lokale, ueb faqe e Komunës.

14. Çka: Mundësi të barabarta informimi për sa më shumë qytetar për mundësi për mbështetje financiare që ofron komuna

Ku: E-mail personal qytetarëve, sms.

Kur: Rregullisht me rastin e shpalljeve të konkurseve dhe shpalljeve për subvencione e thirrjeve për

aplikim.

Pse: Qytetarët informohen rregullisht dhe në kohë reale për mundësitë e barabarta për mbështetje financiare që ofrohen nga ana e Komunës.

Si: E-mail, facebook.

Kush: Zyra për informim – Zyra e TI.

Porosia/të Kryesore: Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive dhe komunë të zhvilluar.

Strategjia mediale: Njoftim ne facebook, ueb faqe, radio lokale.

15. Çka: **Menaxhimi kërkesave të qytetarëve në formë elektronike**

Ku: Sms/email.

Kur: Në kohën kur ka ndryshim të statusit të kërkesës.

Pse: Qytetarët e njoftuar në kohë reale për statusin e kërkesës së tyre. Evitohen vizitat në komunë, kursehet koha e zyrtarëve për takime të paplanifikuara, po ashtu kursehet koha e qytetarëve.

Si: Evitohen thirrjet telefonike dhe takimet.
e planifikuara.

Kush: Zyra për informim.

Porosia/të Kryesore: Informimi i qytetarëve është parakusht për një qeverisje lokale efektive dhe komunë të zhvilluar.

Strategjia mediale: Nuk ka.

16. Çka: **Prezencë e shtuar mediale për ngjarjet që lidhin qytetarët dhe Komunën**

Ku: Media.

Kur: Rregullisht.

Pse: Informim i qytetarëve për bashkëpunim e tyre me komunën, informimi i opinionit të gjerë.

Si: Zyrtarët, në mungesë të TV lokale, komunikojnë me qytetar nëpërmjet TV nacionale, facebook dhe përçojnë mesazhet e tyre nëpërmjet gazetave nacionale.

Kush: Zyra për informim.

Objektiva: Stimulimi i interesimit të qytetarëve për pjesëmarrje.

Porosia/të kryesore: Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në vendim-marrje për një komunë me shërbime sa më të mira.

Strategjia mediale: Komuna plason lajme dhe komunikon me qytetar nëpërmjet media sociale dhe atyre nacionale.

17. Çka: **Prezencë e shtuar mediale e Kryetarit të Komunës**

Ku: Media.

Kur: Tremujor.

Pse: Informim i qytetarëve për zhvillimet e përgjithshme në Komunën e Klinës.

Si: Kryetari i Komunës i drejtohet qytetarëve dhe paraqet rezultatet dhe të arritura. Zyrtarët, në mungesë të TV lokale, komunikojnë me qytetarë nëpërmjet TV nacionale, facebook dhe përçojnë mesazhet e tyre nëpërmjet gazetave nacionale.

Kush: Zyra për informim.

Objektiva: Stimulimi i interesimit të qytetarëve për pjesëmarrje.

Porosia/të Kryesore: Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në vendim-marrje për një komunë me shërbime sa më të mira.

Strategjia mediale: Komuna plasoi lajme dhe komunikoi me qytetarë nëpërmjet media sociale dhe atyre nacionale.

18. Çka: **Ofrimi i iniciativave (shpërblimeve për zyrtarë dhe qytetarë aktivë)**

Kur: baza të rregullta.

Pse: Stimulim të pjesëmarrjes nga ana e qytetarëve dhe nxitjes së saj nga ana e zyrtarëve

Si: Shembull mirënjohje për zyrtarin e zellshëm që arrin të nxit pjesëmarrjen në vendim- marrje dhe përmirëson komunikimin me qytetarë. P.sh qytetarët aktiv iu ndahet mirënjohje nga komuna si qytetar aktiv, I ulen taksat komunale simbolikisht si shenjë mirënjohjeje. Komuna vendos emrin e qytetarit në facebook, web faqe si qytetar aktiv.

Kush: Zyra për informim.

Objektiva: Rritja e pjesëmarrjes së qytetarëve dhe përmirësimi i komunikimit në mes të Komunës dhe qytetarëve.

Porosita/të kryesore: Është i domosdoshëm angazhimi i vazhdueshëm i qytetarëve/të rinjve/grave në vendim-marrje për një komunë me shërbime sa më të mira.

Strategjia mediale: Komuna njofton qytetarët se pjesëmarrje do të shpërblehet nga Komuna.

AKTIVITET THEMELORE PËR ZBATIMIN E STRATEGJISË

- Identifikimi i nevojave për zhvillim të kapaciteteve për të zbatuar planin e komunikimit. (mund të zbatohet paralelisht edhe gjatë kohës derisa implementohet strategjia).
- Zhvillimi i planit të veprimit për zbatimin të strategjisë së komunikimit.
- Përcaktimi i bartëseve të planit të veprimit dhe veprimeve nismëtare për zbatim të strategjisë së komunikimit.
- Përzgjedhja e përfaqësuesve të këshillave të fshatrave bazuar në kritere të jenë apolitik, profesional ndikimit dhe respektit që gëzojnë në rrethin e tyre.
- Ngrita e vazhdueshme e kapaciteteve të prezantimit publik dhe komunikimit, për zyrtarët e komunikimit, udhëheqës të resorëve komunal nëpërmjet trajnimeve.
- Informata me më të reja nga komuna. Web faqja paraqet imazhin e Komunës dhe është fytyra e saj. Para se gjithash, ueb faqja duhet të jetë në përputhje me ligjet në kuptim të dokumenteve që ofron publikut të kënaqësi.
- Ndarja e buxhetit për zbatimin e strategjisë së komunikimit dhe kontaktit me qytetarë.
- Ajo duhet të freskohet rregullisht me informata relevante për publikun.
- Shpërndarja e draftin të gjithë hisedarëve për ta komentuar dhe për të dhënë kontributin e tyre.
- Shpërndarja e informatës për takime me publikun duket të përdor të gjitha mjetet.

Faza para implementimit

Strategjia e komunikimit dhe e kontaktit

- Njoftimi i personelin e komunës për lansimin e strategjisë dhe sigurohuni se secili zyrtar dhe departament përgjegjës për zbatimin e strategjisë, është mirë i informuar dhe përgatitur, (takim me të gjithë palët përgjegjëse).
- Finalizimi i planin të aksional të implementimit.

Monitorimi dhe vlerësimi Kontrolli i implementimit të strategjisë së komunikimit dhe kontaktit

1. Kuvendit komunal themelon komision për monitorim dhe zbatim të Strategjisë.
2. Komisioni për monitorim dhe vlerësim përcakton indikatorë matës të suksesit të implementimit të Strategjisë.
3. Komisioni raporton tek Kryetari i Komunës për rezultat e zbatimit të Strategjisë bazuar në indikatorët e përcaktuar në baza tremujore.
4. Kryetari i Komunës paraqet rezultatet e suksesit të implementimit të Strategjisë në baza tremujore para Kuvendit komunal. Në rast të ngecjeve të zbatimit të elementeve të Strategjisë, Kryetari i Komunës emëron zyrtar tëri përgjegjës për zbatimin e Strategjisë.

III. BUXHETI

STRATEGJIA			
1 Ndërmjetësimi për pjesëmarrje të qytetarëve			
Aktivitetet	Kosto	Sasia	Subtotali Euro
Komuna me OJQ-të vizitojnë lokacionet për të diskutuar me qytetar për rëndësinë e pjesëmarrjes.	20	57	1,140
OJQ-të partnere vizitojnë vendet e frekuentuara nga të rinjtë dhe bisedojnë me ta.	50	53	2,756
njoftim në facebook, foto, deklaratë për shtyp.			
STRATEGJIA			
2. Pritjet e mëdha të qytetarëve, mundësitë e kufizuara financiare të komunës			
Aktivitetet	Kosto	Sasia	Subtotali
Takimet e drejtpërdrejta me qytetarë, dëgjim buxhetor	/	/	
Radio debate	100	6	600
Takimet e drejtpërdrejta me qytetarë – asamblistë	/	/	
STRATEGJIA			
3.Raportet në mes të Komunës dhe shoqërisë civile të avancohen më tutje.			
Aktivitetet			
Shembulli të një projekti të përbashkët me qytetar që prek interesin e përgjithshëm publik. Forcimi i raporteve të bashkëpunimit me organizatat e shoqërinë civile të gjitha	100	4 OJQ	400

nën-sektorëve (të rinj, gra, personave me nevoja të veçanta) nëpërmjet takimeve. Ftesë për takim në hapësirat e Komunës Vizita në zyrat e OJQ-ve			
STRATEGJIA			
5. Shembulli të një projekti të përbashkët me gra që prek interesin e përgjithshëm publik të tyre			
Aktiviteti			
Komuna dhe qytetarët gra dizajnojnë projekt me pjesëmarrje dhe kontribut të përbashkët të ideve Qytetarëve gratë komunës iu prezantohet modeli se si mund të përfitojnë nga angazhimi i përbashkët si dhe nga pjesëmarrja			
STRATEGJIA			
6. Ndërtimi i raporteve të komunikim në mes të rinjve dhe menaxhmentit të Komunës së Klinës			
Aktivitetet			
Shembull si komuna dhe qytetarët kanë dizajnuar projekt me pjesëmarrje dhe kontribut të përbashkët të ideve. Qytetarëve iu prezantohet modeli se si mund të përfitojnë nga angazhimi i përbashkët si dhe nga pjesëmarrja. TV nacionale, facebook, ueb faqe e komunës, radio.	1	100	100
Komuna ndërmerr fushatë të gjerë të informimit, takon të rinj në tre lokacione, grumbullon të rinj dhe dizajnon projekt me input të qytetarëve	3	100	300
STRATEGJIA			
6. Komunikim i drejtpërdrejt me qytetarë nëpërmjet medieve sociale			
Aktiviteti			
Komuna fton qytetarët në faqen e saj në facebook të parashtrijnë kërkesa, pyetje dhe të bëjnë sugjerime	/	/	
STRATEGJIA			
7. Pjesëmarrje e qytetarëve në përpilim të buxhetit vjetor – dëgjim publik			
Aktivitetit			
Për të përfshirë idetë dhe nevojat e qytetarëve në mënyrë sa më të mirë të mundshme. Takime të drejtpërdrejta me qytetar. Propozime të qytetarëve për buxhetin e vitit të ardhshëm	/	/	
STRATEGJIA			
8. Mungesë e transmetit të drejtpërdrejtë të seancave të asamblesë komunale			
Aktiviteti			
Transmetimi drejtpërdrejt në radio lokale, në web faqen e Komunës dhe në llogarinë në facebook dhe youtube	250	12	3,000
STRATEGJIA			
8. Ballafaqimi i qytetarëve me përgjegjësitë para komunës: pagesa e shërbimeve komunale, mbrojtja e mjedisit			

Aktiviteti			
Takim i zyrtarëve që mbledhin pagesat për shërbime, të gjitha subjektet politike, asamblastë	20	50	1,000
STRATEGJIA			
10. Pasurimi i ueb faqes e orientuar tek të rinjtë, diaspora dhe organizatat e huaja zhvillimore			
Aktiviteti			
Takim me të rinj dhe OJQ rinore, qytetar nga diaspora, biznesmen. Diskutim dhe mbledhja e informative për inkuorporim të elementeve të reja se si do të dukej ueb faqja e Komunës	50	3	
STRATEGJIA			
11. Njoftimeve individuale tek qytetarët për të arriturat vjetore të komunës			
Aktiviteti			
E- mail të qytetarëve dhe fletushkë	0.50	5000	
STRATEGJIA			
12. Shtimi i takimeve të Kryetarit të Komunës me qytetar në fshatra më të largëta dhe lagje jo aktive			
Aktiviteti			
Takime të drejtpërdrejta me banorë të secilit fshat të Komunës së Klinës	200	53	10,600
STRATEGJIA			
13. Shembuj konkret se si kanë përfituar qytetarët në rastet kur kanë marrë pjesë në vendim marrje			
Aktivitetet			
Video të postuara në facebook, youtube, ueb faqe të komunës	/	/	
STRATEGJIA			
14. Mundësi të barabarta informimi për sa më shumë qytetar për mundësi për mbështetje financiare			
Aktiviteti			
E-mail personal qytetarëve, sms, facebook, ueb faqe	/	/	
STRATEGJIA			
15. Menaxhimi kërkesave të qytetarëve në fom elektronike			
Sms/E-mail	1	3,000	3,000
STRATEGJIA			
16. Prezencë e shtuar mediale për ngjarjet që lidhin qytetarët dhe komunën			
Zyrtarët, në mungesë të TV lokale, komunikojnë me qytetarë nëpërmjet TV nacionale, facebook dhe përçojnë mesazhet e tyre nëpërmjet gazetave nacionale	/	/	
STRATEGJIA			
17. Prezencë e shtuar mediale e Kryetarit të komunës			
Aktiviteti			

Kryetari i komunës i drejtohet qytetarëve dhe paraqet rezultatet dhe të arritura. Zyrtarët, në mungesë të TV lokale komunikojnë me qytetar nëpërmjet TV nacionale, facebook dhe përçojnë mesazhet e tyre nëpërmjet gazetave nacionale	/	/	
STRATEGJIA			
18. Ofrimi i iniciativave (shpërblimeve për zyrtarë dhe qytetarë aktivë)			
Aktivitetet			
Mirënjohje për zyrtarin e zellshëm që arrin të nxit pjesëmarrjen në vendim- marrje dhe përmirëson komunikimin me qytetar. P.sh qytetarët aktiv iu jepet kartelë me mirënjohje nga komuna si qytetar akti, i ulen taksat komunale simbolikisht si shenjë mirënjohjeje. Komuna vendos emrin e qytetarit në facebook, web faqe si qytetar aktiv.	/	/	

KUVENDI I KOMUNWS KLINË

01Nr. 06-6218 /2018
Klinë, me 28.12.2018

