

Bashkimi Evropian



Komisioni i Delegacionit
Evropian

Gradanske
inicijative



SI TË PËRFAQËSONI E TË AVOKONI PUBLIKISHT ME SUKSES? SUKSE

Doracak për organizatat e sektorit civil në Serbi

Përmbajtja e këtij publikimi është përgjegjësi ekskluzive e Gragjanske iniciative,
dhe në asnjë mënyrë nuk pasqyron pikpamjet e BE-së

PËRMBAJTJA

PARATHËNJE.....	5
PSE ËSHTË E RËNDËSISHME?	7
DREJTËSIA SHOQËRORE, NEVOJAT DHE TË DREJTAT.....	11
ÇKA ËSHTË PËRFAQËSIMI PUBLIK (ADVOCACY)?	15
AKTERËT DHE AKTIVITETET NË PERFAQËSIMIN PUBLIK.....	21
PËRFAQËSIMI PUBLIK DHE NOCIONET E AFËRTA	25
DINAMIKA E PROCESIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK.....	27
PJESËMARRJA E QYTETARËVE NË PROCESIN E KRIJIMIT TË POLITIKAVE	31
MEKANIZMAT E PJESËMARRRJES SË QYTETARËVE NË REPUBLIKËN E SERBISË	35
Qeveria e Republikës së Serbisë	35
Kuvendi Popullor i Republikës së Serbisë.....	37
Vetadministrimi lokal	39
Mënyrat e pjesëmarrjes së drejtpërdrejtë të qytetarëve	42
STRATEGJIA E PËRFAQËSIMIT PUBLIK	45
HAPAT NË PROCESIN E PLANIFIKIMIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK.....	47
I - PROBLEMI/TEMA E PËRFAQËSIMIT PUBLIK.....	51
II - QËLLIMI DHE DETYRAT	57
III - PUBLIKU QËLLIMOR.....	63
IV - ZHVILLIMI I MESAZHIT	73
V - KANALET E KOMUNIKIMIT	79
VI - NDËRTIMI I PËRKRAHJES	99
VII - GRUMBULLIMI I MJETEVE	111
VIII - SI TË HARTOHET PLANI I APLIKIMIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK	115
Literatura:	118

PARATHËNJE

Pranë jush është Doracaku për përfaqësimin publik, i cili ka lindë si pjesë e projektit njëvjeçar **“forcimi i kapaciteteve të organizatave të shoqërisë civile për pjesëmarrje në formësimin, zbatimin dhe përcjelljen e politikave publike”**. Këtë projekt **Gragjanske inicijative** (Inisiativat Qytetare) e filluan në dhjetor të vitit 2008 në bashkëpunim me **Qendrën Evropiane për të Drjetën Joprofitabile të Budapes-tit – ECNL**, e me mbështetjen financiare të **Bashkimit Evropian**. Qëllimi i këtij projekti është që të kontribuojë në pjesëmarrjen e shtuar të organizatave të shoqërisë civile (OSHC), të cilat përfaqësojnë interesat e grupeve jo mjaftë të përfaqësuara në formësimin, zbatimin dhe përcjelljen e politikave publike, sidomos të atyreve të cilat kanë ndikim në statusin e këtyre grupeve. Në përputhje me këtë, janë zhvilluar aktivitete të llojllojshme për të iu mundësuar këtyre OSHC përfaqësimin më efikas publik në proceset e politikave publike dhe për të krijuar mjedisin më të volitshëm për pjesëmarrjen e qytetarëve/reve në proceset e marrjeve të vendimeve publike. Këto aktivitete kanë përfshirë: hartimin e hartave të nevojave të OSHC të grupeve jo mjaftë të përfaqësuara, katër seminare triditore për përfaqësimin publik të dizajnuara në bazë të nevojave të përcaktuara, shtypjen e broshurave dhe mbajtjen e konferencës për pjesëmarrjen e qytetarëve në proceset e politikave publike, hartimin e rekomandimeve për zhvillimin e mekanizmave për pjesëmarrjen e qytetarëve në proceset e politikave publike, të paraqitura në tryezën e rrumbullaktë dhe të dërguara të gjithë marrësve relevantë të vendimeve, si dhe në hartimin e Strategjisë së përfaqësimit publik të ASHC në sferën e formësimin, zbatimit dhe përcjelljes së politikave publike (më tepër për projektin në sajtin e Gragjanske Inicijative, www.gradjanske.org).

Gragjanske Inicijative deri më tani kanë marrë pjesë në hartimin e dy doracakëve për përfaqësimin publik. Njëri ka të bëjë me përmirësimin e pozitës së OSHC në bashkësinë lokale (2006), e tjetri në përfaqësimin e të drejtave të pakicave në Evropën Juglindore (në kuadër të Programit Regjional DIANET, 2007). Ky doracak dallohet prej atyre të mëparshëm, sepse është fokusuar në përfaqësimin publik të OSHC të grupeve jo mjaftë të përfaqësuara. Gjithashtu, edhe pse përfaqësimi publik, në kuptim të gjerë, duhet ti mundësojë qytetarëve/reve dhe grupeve të interesit, që në publik dhe para organeve të pushtetit të artikulojnë dhe mbrojnë interesat e përgjithshme, ashtu edhe in-

tereat e tyre partikulare në procesin e hartimit dhe të aplikimit të politikave publike, ky doracak **do të merret para së gjithash me përfaqësimin publik në kontekst të realizimit të drejtësisë sociale, respektivisht të interesit të përgjithshëm**

Përvoja na ka mësuar se ata të cilët dëshirojnë të ndikojnë në zhvillimet shoqërore, duhet të mësojnë sa më shumë për metodat e provuara të përfaqësimit/të avokimit në mënyrë që ti mundësohet qytetarëve/reve dhe grupeve të interesit që në publik dhe para organeve të pushtetit të artikulojnë dhe mbrojnë interesat e përgjithshme në procesin e hartimit dhe të aplikimit të politikave publike. Zhvillimi i shkathësisë së përfaqësimit publik kërkon kohë e mundim, dije e kompetencë, e ndonjëherë edhe guxim që të ndalet para përfaqësuesve të pushtetit, të grupeve të mëdha njerëzish apo mediave. Ekziston spektri i tërë i teknikave të cilat mund të ndihmojnë në zhvillimin e kapaciteteve për përfaqësimin publik të temave me interes të përgjithshëm ose partikular. Prandaj detyra e këtij doracakut është që sa më mirë të sqarojë nocionin e përfaqësimit publik dhe të iu ndihmojë njerëzve të bëhen përfaqësues të sukseshëm.

Krahas botimit në gjuhën serbe, doracakut është përkthyer edhe në gjuhën shqipe, hungareze e rome. Të gjitha botimet gjenden në sajtin e Gragjanske inicijative.

I falënderohemi Radojka Pavloviqit (Koordinatorës së Programit Rom Ballkanik në Gragjanske Inicijative, trenere e Ekipit TRI), Jovanka Qoroviqit (trenere e Ekipit TRI), të cilat e kanë përgatitur tekstin e Doracakut, të bazuar në botimet e deritashme të Gragjanske Inicijative, në literaturën në disponimim, në përvojat nga trajnimi, si dhe nga puna e drejtpërdrejt me grupet jo mjaftë të përfaqësuar. Mirënjohje të veçantë Dr. Dragan Goluboviqit, ECNL, Budapest, në kontributin profesional në hartimin e doracakut, sidomos në sqarimin e definicionit dhe të nocioneve të përfaqësimit publik e të lobimit. Dr. Ivana Glliksman e Dubravka Vellat kanë meritë për realizimin e sukseshëm të tërë projektit, pjesë e të cilit është edhe ky doracak, prandaj me këtë rast i falënderojmë në përkushtim.

Milenko Dereta, Gragjanske Inicijative, Beograd

Nilda Bullain, Qendra Evropiane për të Drejtën Joprofitabile, Budapest

Beograd, Nëntor 2009.

PSE ËSHTË E RËNDËSISHME?

Tërë decenien, pas konfliktit gjatë shpërbërjes së Ish Jugosllavisë, Serbia ende është vendi i kontrasteve të mëdha, të reformave të ngadalsuara demokratike, pa prioritetet e harmonizuara nacionale dhe me skenën ende jo mjaftë të profilizuar politike. Krahas shtresimit socio - ekonomik në tranzicion, janë prezentë edhe plasaritjet tjera shoqërore, të dukshme në raportet qendra – periferia, mandej ato historiko – etnike, si dhe ato në mes të orientimit politik nacionalist dhe civil. Gjatë procesit të tranzicionit dhe të privatizimit, është bërë ndarja e re e pushtetit shoqëror, e cila sot është koncentruar në rrathët e ngushtë të partive politike dhe të tajkunëve. Duke zgjidhur problemet e shumta të shoqërisë postkonfliktuozë, pushteti ekzekutiv dhe ligjvënës e ka lënë pas dore përgjegjësinë e vet ndaj qytetarëve, kështuqë çështjet e rëndësishme i ka zgjidhur shumë larg syve të publikut, e shpesh edhe jashtë institucioneve të sistemit. Edhe pse janë të dukshme lëvizjet e rëndësishme pozitive, konfliktet e interesave të ndryshëm partiak pengojnë në mënyrë konstante përpjekjet individuale e kolektive të qytetarëve për realizimin e pozitës së subjektit aktiv politik.

Nga ana tjetër, përshkak të mungesës së kulturës politike, përvojave e të njohurive, shumica e qytetarëve dhe e qytetareve mbetet pasive dhe aktivizohet vetëm në proceset zgjedhore, duke bazuar shpesh vendimin e vet në „ principin e zgjedhjes së të keqes më të vogël“. Zgjedhjet e lira dhe pjesëmarrja jo e drejtpërdrejt e qytetarëve nëpërmjet përfaqësuesve të zgjedhur të pushtetit nuk janë më të mjaftueshme për realizimin e demokracisë dhe të sundimit të së drejtës. Forcimi i demokracisë participuese konsiston në forcimin e ndikimit të sektorit civil në hapësirën publike e politike, në afirmimin dhe zhvillimin e praktikës së pjesëmarrjes direkte në proceset e vendosjes nëpërmjet konsultimeve, diskutimeve publike, iniciativave të qytetarëve, përfaqësimit publik, fushatave dhe referendumit. Demokracia participuese realizohet edhe me pjesëmarrje në punën e trupave qeveritare e parlamentare, me kusht që të ekzistojnë procedurat dhe mekanizmat e mirë, siç janë: pozicionet qartë të definuara të përgjegjësisë (të fuqisë), autorizimet precize të çdo trupi strukturor, mënyra e zgjedhjes së përfaqësuesve të shoqërisë civile në këto trupa, rregullat e përcaktuara të vendosjes, rregullat e harmonizimit të dallimeve në qëndrime e mendime, transparenca, qasja në të gjitha informatat dhe kanalet e hapura të komunikimit.

Problemet më të shpeshta me të cilat ballafaqohen organizatat e shoqërisë civile gjat kësaj aktive në procesin ligjvënës janë: mosekzistimi i informatave me kohë për përgatitjen dhe hartimin e ligjeve; mosshpallja me kohë e projekteve të ligjeve; diskutimet e rralla kualitative publike për propozimet dhe pa kritere të përcaktuara për zbatimin e tyre; ekzistimi i kornizës minimale juridike për bashkëpunim; miratimi i numrit të madh të ligjeve me procedurë urgjente; sjellja e rolit të parlamentit në makinë votuese; mosbesueshmëria dhe mungesa e informatave për përmbajtjen definitive të ligjit i cili dërgohet në miratim. Edhe pas miratimit të ligjeve, krijohet një sërë vështirësish në aplikimin e tyre përshkak të miratimit të ngadalshëm të akteve nënligjore ose të mos-harmonizimit me ligjet tjera apo me Kushtetutë. Kështu mbetet ngecje në drejtim të realizimit të shoqërisë së rregulluar dhe të drejtë, më së shpeshti formal, ndërsa në jetën e përditëshme shumë pak ndryshohet. Pasojat më të rënda të zhvillimit të tillë të ngadalshëm i pësojnë pjestarët e grupeve të përjashtuara sociale siç janë: femrat, fëmijët, romët, të rinjtë, të moshuarit, personat me invaliditet... Bashkësia shumicë dhe marrësit e vendimeve i lanë pas dore interesat e këtyre grupeve, e ato vetë nuk kanë ndikim edhe/ose kapacitete të mjaftueshme që ti imponojnë.

Për pozitën e grupeve të përjashtuara sociale në Serbi rëndomtë flitet vetëm atëherë kur të reagohe në disa ngjarje të jashtëzakonshme ose nën presionin e bashkësisë ndërkombëtare dhe shumë shpeshë reduktohet në kërkesën e „zgjidhjes në situatën e dhënë“. Edhe pse korniza juridike garanton të drejtat individuale e kolektive të barabarta për të gjithë, në praktikë realizimi i tyre shumë shpesh deformohet. Kanali i vetëm funksional për paraqitjen e interesave të grupeve jo mjaftë të përfaqësuara në Serbi është sektori civil, por edhe këtu ekzistojnë vështirësi të cilat e zvogëlojnë mundësinë e participimit kualitativ dhe të fillimit të iniciativave nga vetë baza. Pengesat e vërejtura në anën e organizatave të shoqërisë civile (OSHC) janë: resurset e kufizuara njerëzore e materiale për pjesëmarrje kualitative në procesin e hartimit të ligjeve dhe të politikave publike; zhvillimi i pamjaftueshëm i rrjeteve dhe i platformave të cilat do të merreshin në mënyrë sistematike me përfaqësim të bartësit e politikave publike; një pjesë e organizatave nuk e njeh nevojën për bashkëpunim me institucionet shtetërore; mosekzistimi i rëndësishëm të ligjeve dhe të instrumenteve tjera të politikave publike për rregullimin e çështjeve të cilat janë të rëndësishme për veprimin e shoqërisë civile.

Nga ana tjetër, bashkësia ndërkombëtare, donatorët të cilëve u janë grupet e marginalizuara në fokus, ndajnë mjaftë mjete për përmirësimin e pozitës së tyre, por analizat e shumta tregojnë se rezultatet e arritura janë shumë larg më se modeste nga ato që janë pritur. Politika shumëvjeçare e mënjanimit të principeve „të diskriminimit pozitiv (aksionet afirmative)“ në rastet e shumta vetëm se e ka shtuar pabarazinë. Përndryshe, principi i mundësive të njejta nuk mund të aplikohet me sukses në grupet të cilat në start janë të pabarabarta (jo të njejta). Përpos kësaj, në terren shumë shpesh takohet qasja e veprimit PËR, e jo ME pjesëtarët e grupeve të marginalizuara, prandaj zëri autentik i pjesës dërmuese të qytetarëve dhe qytetareve të Serbisë mbetet i padëgjueshëm, ose në rastin më të mirë është i artikuluar interesave të atyre që kanë më shumë fuqi shoqërore.

DREJTËSIA SHOQËRORE, NEVOJAT DHE TË DREJTAT

Drejtshtëria si parim i organizimit të marrëdhënieve shoqërore shikohet në aftësinë e bashkësisë që të mundësojë mirëqenien për të gjithë anëtarët e vetë, duke reduktuar dallimet ekonomike dhe polarizimin shoqëror në masën më të vogël të mundshme. Ajo përputhet me drejtshtërinë e ligjeve që i miraton shteti, por edhe atë e tejkalon sepse është e orientuar në vendosjen e rregullimit në të cilin marrin pjesë aktive të gjithë aktet shoqëror. Kjo ka të bëjë me marrëdhëniet e përfaqësuesve të zgjedhur politik dhe të qytetarëve ndaj të mirës së përgjithshme, pavarësisht se a është fjala për detyrimet e tyre apo të drejtat e tyre. Kërkesa dhe krijimi i ndryshimeve brenda ndonjë shoqërie nuk është vetëm kusht i përparimit të mëtejshëm të saj por edhe e ekzistencës së saj.

Shoqëria më e drejtë nënkupton se interesat e grupeve të marginalizuara, siç janë njerëzit me fuqinë e dobët ekonomike e edhe me ndikimin më të dobët politik, të jenë në mënyrë sa më të barabartë të trajtuar dhe të përfaqësuar në të gjitha aspektet e jetës së përbashkët. Në këtë sferë, me decenie ka mbizotëruar **qasja e bazuar në nevojat**, çka ka nënkuptuar promovimin e mirëbërjes dhe të vënies së dialogut në mes të „ndihmësve“ dhe të grupeve të përjashtuara sociale, por mospërfillja e dimensionit politik dhe të përgjegjësisë së shtetit e ka ngadalsuar procesin e vendosjes së drejtësisë shoqërore. Mungesat e vërejtura të kësaj qasjeje janë:

- Ruajtja e imazhit të të përjashtuarve social si marrës të ndihmës nga njerëzit qëllim mirë;
- Mungesa e detyrimeve të qarqeve politike dhe të aktetëve tjerë me ndikim ndaj grupeve të marginalizuara, sepse zgjidhja e problemit është bazuar në mentalitetin „ejani të ndihmojmë ata, të cilëve ndihma ju duhet kur ne mundemi“;
- Individët qëllim mirë dhe qeveria kanë plotësuar nevojat e njerëzve në pozitë të pavolitshme vetëm kur kanë pasur mjete disponuese;
- Intervenimet në pjesën më të madhe kanë qenë në mikro nivel;

- Ka shkaktuar frustracion sepse ka tërhequr njerëzit nga pjesëmarrja në qarqet e larta të krijimit të politikës.

Pas gjysëm shekullit të insistimeve të shteteve në zhvillim, Kombet e Bashkuara, më 4 dhjetor 1986 kanë zgjeruar rrethin e të drejtave të njeriut me miratimin e **Deklaratës mbi të drejtën për zhvillim (Rezoluta 41/128)**. E drejta në zhvillim është parashtruar si grumbull i të drejtave të njeriut, të cilat duhet patjetër të plotësohen. Për të vlejné principet që kanë të bëjnë me setin e përgjithshëm të të drejtave të njeriut, e të cilat i dallojnë nga të drejtat tjera , siç janë të drejtat e fituara (të drejtat civile dhe ato të kontraktuara). Këto principe janë:

Universaliteti – Të gjitha qeniet njerëzore linden të lira dhe janë të barabarta në dinjitet dhe në të drejtat;

Mosdiskriminimi dhe barazia – Të gjitha të drejtat dhe liritë e shpallura në këtë Deklaratë i takojné të gjithëve, pa dallim në pikëpamje të racës, ngjyrës, gjinisë, përkatësisë fetare, politike ose të mendimit tjetër;

Pandashmëria – Asnjë e drejtë nuk është më e rëndësishme se tjetra. Vendosja e prioriteteve nuk nënkupton mohimin nga të drejtat tjera;

Varëshmëria e lidhëshmëria reciproke – Të gjitha të drejtat njerëzore janë të lidhura në mes veti, varen njera prej tjetrës, dhe ndikojné njera në tjetrën. E drejta në arsim ndikon në të drejtën për punë, e e drejta në punë ndikon në të drejtën në shëndetin e mirë dhe anasjelltas;

Pjesëmarrja – Çdokush ka të drejtë që në tërësi lirshëm të kontribojë, të marrë pjesë dhe të gëzojë në zhvillimin politik, ekonomik, social e kulturor të bashkësisë së vet;

Sundimi i të së drejtës – Të drejtat duhet patjetër të jenë të mbrojtura me kornizën e fortë legjislative dhe me sistemin e pavarur gjyqësor, me çka sigurohet drejtshmëria e ligjit dhe aplikimi i barabartë mbi të gjithë;

Përgjegjësia – Të gjithë njerëzit kanë të drejta dhe quhen *bartës të të drejtave*. Ata të cilët janë të obligueshëm të nxjerrin dhe të sigurojnë këto të drejta quhen *bartës të*

detyrimeve. Bartësit më të shpeshtë të detyrimeve janë shtetet dhe ata janë përgjegjës për mbrojtjen e të drejtave njeriut dhe qasjen në këto të drejta. Përgjegjësia zbatohet ashtuqë shteti si bartës kryesor të detyrave:

- Pranon përgjegjësinë për ndikimin që ka në jetërat e njerëzve,
- bashkëpunon ashtu që jep informata, ndërmerrë punë transparente dhe ndëgjon pikëpanjet e njerëzve,
- në mënyrë aktive reagon në këto pikëpanje

Vendosja e të së drejtës në zhvillim në kornizën e të drejtave njeriut ka qenë bazë dhe drejtues për zhvillimin e qasjes **së bazuar në të drejtat** në përfaqësimin e temave që i përkasin drejtësisë sociale. Me këtë është vendosur korniza e re në të cilën vendin qendror kanë principet *pjesëmarrjet dhe përgjegjësitë*. Kjo, për të gjithë që janë kyçur në dhënien e ndihmave zhvillimore ka nënkuptuar se marrja e tyre me politikë është vendosur si formë legjitime e veprimtarisë. Me vendosjen e kësaj qasjeje, edhe vetë bashkësitë e njerëzve të marginalizuar kanë filluar të shqyrtojnë problemet e tyre si të drejta të pa plotësuara, respektivisht nevojat janë shndërruar në të drejta. Me rëndësi është të theksohet se qasja e bazuar në nevojat e potencon se po merremi me grupe të caktuara të njerëzve dhe na orienton në mendim për rastet e izoluara, ndërkaq qasja e bazuar në të drejtat fillon me të drejtat universale të pranuar dhe na sjell deri te bashkësitë të cilat nuk i gëzojnë këto të drejta.

Nga pikëpamja e Deklaratës dhe të principeve krejt shihet qartë, kuptueshëm e logjike, por në jetën reale nuk është lehtë të vendosen sistemet, të cilët do të sigurojnë të drejtat e barabarta për të gjithë dhe të vendoset drejtësia shoqërore. Vijon shembulli për të menduar.

Arsimtarja ka sjellur tortën me çokolladë në orë dhe iu ka thënë mxënësve *“Ejani që ta ndajmë drejtësisht. Si mendoni që do të jetë më e drejtë?”* Qe se çfarë propzimesh mori ajo

- Po kjo është shumë e thjeshtë. Të pranishëm jemi dhjetë, çka do të thot se çdonjerit nga nga një e dhjeta e tortës.
- Por në mes nesh janë katër të cilët gjatë pushimit kanë ngrënë drekë. Mendoj se ne gjashtë,

të cilët nuk kemi ngrënë drekë duhet të marrim më tepër prej tyre, sepse jemi më tepër të uritur.

- Jo, mu e kundërta. Ne kemi ngrënë drekë edhe prandaj shumë më tepër na ka anda desertin se sa juve.
- Mendoj se ne pesë meshkujt duhet të marrim më tepër, sepse nuk dijmë ta bëjmë torten, ndërsa vajzat dijnë. Mënyra e vetme që ta hamë është nëse dikush na jep.
- Nuk është aspak fer që na të të dhjetit ta ndajmë sepse njeri fare nuk ka ardhë në shkollë. Duhet edhe për të ta lëmë një pjesë.
- Un jam alergjik në çokoladë e nuk është fer që diçka të merrni e unë asgjë.
- Nuk duhet asgjë të ndajmë paraprakisht. Ju jep secilit nga një lugë e mandej kush sa ka sukses të grabitë.
- Më së miri do të ishte të tërheqim nga kapela emrin e njerit. Kend ta tërheqim ai do ta merrë tortën. .
- Më së miri do të ishte që të votohet – kush merrë më shumë vota e fiton tortën.

Secili prej këtyre propozimeve është i “drejtë”. I pari, në mënyrë të barabartë iu jep pjesë të gjithëve që janë prezentë. I dyti dhe i treti përpiqen ta barazojnë ndarjen momentale me ndarjen e mëparëshme si dhe ta barazojnë përfitimin nga pjesa e tortës. I katërti thot se duhet ndihmuar ata që janë të paaftë, ndërsa i pesti se nuk është fer që vetëm të pranishmit ta ndajnë tortën. I gjashti kërkon kompensim nga se nuk ka mundësi të merrë pjesë në ndarje. I shtati angazhohet për principin e pozitave të barabarta startuese. I teti angazhohet për mënyrën statistike të ndarjes, ndërsa i nënti për mënyrën demokratike. Secili prej këtyre propozimeve është i drejtë në mënyrën e vetë. E kur janë njerëzit të kundërshtuar e të gjithë janë të drejtë, atëherë me vetë konceptin diçka nuk është në rregull.

ÇKA ËSHTË PËRFAQËSIMI PUBLIK¹ (ADVOCACY)?

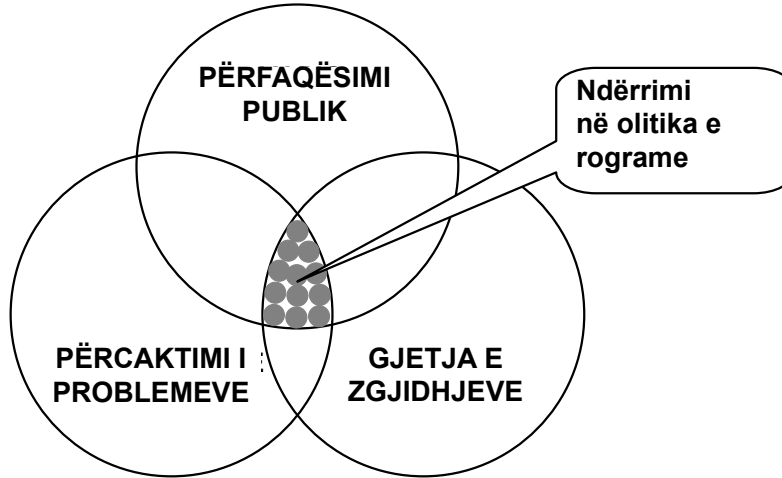
Grupe të shumta të qytetarëve të organizuara formale e joformale punojnë në përmirësimin e kualitetit të jetës në bashkësi në të cilën jetojnë, përfaqësojnë interesat e publikut dhe krijojnë ndryshime të përherëshme shoqërore, pa marrë parasysh se a është qëllimi përmirësimi i kushteve të jetës për njerëzit me të ardhurat e vogla, pengimi i ndotjes së mjedisi, krijimi i mundësive të njëjta për femrat, ndërtimi i sistemit më të mirë shkollor apo dhënia e fjalës grupeve me të drejtat e shkelura në shoqëri. Pavarësisht prej asaj se a dëshirojmë të ndryshojmë dispozitat e ligjit i cili (nuk) shtjellon probleme të caktuara shoqërore apo të marrim pjesë në krijimin e planit urbanistik e hapësinor për rregullimin e mjedisit jetësor, apo ndoshta përpiqemi ta ndryshojmë planin e programin shkollor, njohuritë dhe –shkathtësitë nga sfera e përfaqësimit publik na ndihmojnë të realizojmë qëllimet tona nëpërmjet kyçjes efikase në proceset e vendosjes në nivelin lokal,regjional, nacional e ndërkombëtar.

Terminet kryesisht të shfrytëzuara për përfaqësimin publik dallohen prej vendit në vend, bile edhe kur dy vende e shfrytëzojnë gjuhën e njëjtë. Në Meksikë mund të ndëgjohet shprehja **defensa pública**, ndërsa në Guatemalën fqinje shfrytëzohet terminik **incidencia**. Në disa gjuhë ekziston hamendja në mes të fjalëve **abogacia** (spanjollisht) e **advocacia** (portugalisht). Në vendet e gjuhëve romane theksojnë se termini, i cili në gjuhën angleze shkruhet **advocacy**, është shumë afër i lidhur me avokatët dhe mbrojtjen juridike. Të gjitha këto fjalë i ndanë rrënja e përbashkët – **voc** ose **vox**, që do të thotë **votë**. Në këtë kontekst, ad-**voc**-acy do të thotë **ti jipet vota** grupit ose popullatës, e cila është tradicionalisht pa vota. Nga kjo del se “të përfaqësojë” do të thotë të flas në emër të dikujt në mënyrë që të tejkalohen problemet e përbashkët dhe të përgjithshëm shoqërorë.

Hulumtimet tregojnë se janë **tri gjëra** të domosdoshme për tu ndërruar politika, qëndrimet dhe programet: **njohja e problemit, gjetja e zgjidhjes dhe përfaqësimi publik**. Derisa definimi i problemit dhe hulumtimi i zgjidhjeve të mundëshme gjatë kohë shfrytëzohen për promovimin e ndryshimeve, nevoja për aksione sistematike

¹ Njësoj shfrytëzohet edhe termi „avokimi publik“

të përfaqësimit publikkanë qenë të anashkaluara. Diagrami vijues tregon se procesi i përfaqësimit publik është vendimtar për krijimin e ndryshimeve në politika e programe.



Nga kjo mund të nxirret njëra nga **DEFINICIONET** e përfaqësimit:

“Përfaqësimi publik është proces shoqëror qëllimi i së cilës është arritja e ndërrimeve. Ai fillon prej grupit të vogël të njerëzve të cilët ndajnë shqetësimet lidhur me problemet e caktuara dhe janë të gatshëm ti kushtojnë kohë, profesionalizmin e tyre dhe resurset disponuese për të arritur deri te ndërrimet e dëshirueshme. Përbëhet nga një sërë aktivitete të cilat ndërmerren me qëllim të ndryshimit të politikës, praktikës dhe qëndrimeve. Këto ndryshime mund të bëjnë me legjislativën, strategjinë shtetërore e bile drejtëdrejt edhe me juve“

Vijojnë edhe disa shembuj:

THE ARIAS FOUNDATION/COSTA RICA:

“Përfaqësimi punlik është proces i cili përfshinë serinë e aksioneve politike që i realizojnë qytetarët e organizuar për të transformuar raportet e fuqisë. Qëllimi i

përfaqësimin publik janë ndryshimet specifike politike që i shfrytëzojnë popullata për të cilën kanë të bëjnë. Këto ndërrime mund të ndodhin në sektorin privat ose publik. Përfaqësimi i sukseshëm publik zhvillohet sipas planit strategjik në periudhën e kuptueshme kohore”

CEDPA/CAIRO:

”Përfaqësimi publik nënkupton të flitet zëshëm, të tërhiqet vërejtja e bashkësisë kah çështja e rëndësishme dhe orientimi i bartësve të vendimeve kah zgjidhja. Përfaqësimi publik është puna me njerëzit tjerë dhe organizatat në ndryshime”

ADVOCATES FOR YOUTH:

“Përfaqësimi publik definohet si promovimi i ndonjë ideje apo ndikimi politik, rrjedhat financiare dhe në aktivitetet tjera të caktuara politike”

INTERACTION/WOMEN’S ADVOCACY WORKSHOP MATERIALS

“Përfaqësimi publik përbëhet prej strategjive të ndryshme, të cilat kanë për qëllim ndikimin në bartësitë e vendimeve në nivelin lokal, regjional, nacional e ndërkombëtar e në veçanti:

- Kush vendos – zgjedhjet, emrimi e zgjedhja e bartësve të vendimeve, gjykatësve, ministrave, këshilltarëve, drejtorëve, të personelit administrativ, etj.*
- Çka vendoset – politikat, ligjet, prioritetet nacionale, shërbimet, programet, institucionet, buxheti.*
- Si vendoset – qasja e qytetarëve në informata dhe në vetë procesin, volumi i konsultimeve, dhënia e llogarisë dhe afërsia e bartësve të vendimeve ndaj qytetarëve dhe grupeve tjera të interesuara*

Nader Tadros, themelues i organizatës People’s Advocacy:

“Aktiviteti i bazuar në njerëz dhe i udhëhequr nga njerëzit. Përfaqësimi publik është në lidhje me njerëzit. Ai ndihmon njerëzit të shikojnë forcën e tyre dhe ta shfrytëzojnë për të marrë pjesë me sukses në marrjen dhe formësimin e vendimeve publike. Marrja me përfaqësimin publik vetëm me shfrytëzimin e elitës që të flasë në emër të njerëzve në pozitë të pavolitshme dhe të të marginalizuarve, pa marrë parasysh se sa të mira janë

qëllimet e kësaj elite, rezulton në atë se të marginalizuarit dhe njerëzit në pozitë të pavolitshme ndihen sikurse kanë të drejta edhe më të vogla, si dhe edhe më tepër varen prej të tjerëve gjatë kërkimit të të drejtave të tyre. Edhe pse edhe angazhimi i fuqishëm i qytetarëve/qytetareve, sidomos i atyre në pozitën e pavolitshme dhe të të marginalizuarve, ka për qëllim të tregojë se përfaqësimi publik është mënyra që ti ndihmohet njerëzve për ta parë forcën e tyre dhe të japin kontribut frytëdhënës në procedurat e marrjes së vendimeve. Në tërë marrjen tonë me përfaqësimin publik, ne duhet të vlerësojmë se sa çdo aktivitet e fazë mund ta përparojnë (ose ta kthejnë prapa) ndiesinë e forcës së popullit dhe aftësinë e tyre që të ndikojnë në rregullimin publik.“

PJESËMARRËSIT E PROGRAMIT NDËRETNIK GI:

“Përfaqësimi publik është proces i veprimit demokratik të qytetarëve dhe të organizatave të tyre, i orientuar në bartësit e vendimeve, që zyrtarisht të miratojnë e zbatojnë politikën publike, me të cilën do të zgjidhej në mënyrë të paanshme çështja e caktuar kontestuese dhe të arrihet ndarja e drejtë e pasurisë dhe e raportit të forcës në shoqëri.”

Dr. Gollboviq në librin e vet **AVOKIMI E LOBIMI NË PARLAMENT DHE NË ORGANET EKZEKUTIVE: PËRVOJAT KRAHASUESE DHE REKOMANDIMET PËR SERBINË**, Botues: Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP), 2009. thekson dallimin në mes të përfaqësimit publik (avokimit) dhe të lobimit: „*Me lobimin joformal* nënkuptohen të ashtuquajturat inisiativa të qytetarëve (*grassroot initiatives*) dhe format e ndryshme të pjesëmarrjes së individëve dhe të grupeve të interesit në jetën publike (për shembull artikujt në shtyp, kumtesat dhe materialet tjera të shkruara, pjesëmarrja në emisionet televizive, tryezat e rrumbullakta, konferencat, tubimet publike, etj.), qëllimi i të cilave është që me formimin e mendimit të publikut të ndikohet në vendimet e përfaqësuesve të pushtetit. Lobimi joformal në të vërtetë është sinonim për avokimin publik (*public advocacy*). Avokimi publik *per se* nuk është lëndë e rregullativës së veçantë, por, përshkak të rëndësisë së jashtëzakonshme që e ka në shoqërinë demokratike, është inkorporuar në korpusin e të drejtave themelore të njeriut, në veçanti të lirisë së fjalës, të drejtës në peticion në organet e pushtetit dhe të drejtës në tubimin publik. Mirëpo, *forma të caktuara* (sidomos të rejat) të avokimit publik (pjesëmarrja e qytetarëve dhe të grupeve të interesit në procedurën legjislative, *për shembull*) mund të jetë lëndë e rregullativës së veçantë.

Pra, pak është me rëndësi se cilat definicione do ti përdorim, e shumë më me rëndësi është që ata të cilët merren me përfaqësim publik të kuptojnë vetë nocionin, por njëherit të përkrahin qëndrimin se cilat modifikime të definicionit janë të nevojshme, të pranueshme e logjike. Secili prej komentimeve gjithnjë është vetëm definicion punues i përfaqësimit publik, i cili, pas çdo rastit të realizuar në praktikë, mund të plotësohet dhe pjesërisht të preformulohet.

Nga përvoja e jonë deri më tani mund të thojmë se përfaqësimi publik është aksion i orientuar në ndryshimin e politikave, pozicioneve buxhetit ose të programit brenda çfarëdo lloji të institucionit, prej sektorit joprofitabil, ministrive, parlamentit, deri te organizatat ndërkombëtare. Gjithashtu është aksion i orientuar në ndryshimin e strukturave dhe të procedurave, gjë që kontribon në rindarjen e fuqisë brenda një bashkësie. Përbëhet prej aksioneve të orientuara e të organizuara të cilat shfrytëzojnë instrumentet demokratike (zgjedhjet, mobilizimin e masave, mosdëgjueshmërinë qytetare, lobimin, negociatat, ujditë dhe aksionet gjyqësore) për të përfituar dhe realizuar politikatat të cilat i krijon shoqëria në mënyrë të ndershme e të drejtë. Në kuptim të gjerë, përfaqësimi tubon grupet dhe individët që dëshirojnë të ndikojnë në krijimin dhe ndryshimin e politikave dhe të sjelljeve të institucioneve të cilat mbi ta kanë forcën. Në të njëjtën kohë, përfaqësimi është proces esencial e afatgjatë në kuadër të shoqërive demokratik, brenda së cilës grupet e qytetarëve kanë të drejtë të ndikojnë në institucionet. Kur e finicojmë këtë proces, duhet ta kemi pasqyrën e qartë për atë se intereat e kujt i mbrojmë, respektivisht kush janë personat që do të përfitojnë nga ky përfaqësim.

Me pjesëmarrjen e njerëzve në aksionet e organizuara që i kërkojnë shoqatat e qytetarëve, mediat dhe institucionet kompetente për marrjen e vendimeve, proceset demokratike bëhen gjithnjë e më të fuqishme. Në këtë mënyrë qytetarët krijojnë e realizojnë të drejtën e tyre që të ndryshojnë shoqërinë, ashtuqë ndryshojnë institucionet të cilët i kontrollojnë.

Procesi i përfaqësimit publik kërkon edukim permanent, para së gjithash për temën dhe çështjet të cilat i inicojmë publikisht, por edhe për metodat e realizimit të ndikimit dhe për shkathtësitë e udhëheqjes. Përfaqësimi publik ka për qëllim ta ndryshojë shoqërinë dhe pozicionet e fuqisë, ta ndryshojë mentalitetin, respektivisht mënyrën

e të menduarit. Përfaqësimi është vegël me të cilin ndikojmë në njerëzit, ndryshojmë pikëpamjet e tyre në situata të caktuara dhe krijojmë mirëkuptimin e ndërsjelltë. Ai kërkon sakrificë, durim, kyçje, punë ekipore, komunikim e transparencë.

Suksesi varet në masë të madhe prej njohjes së mirë të procesit të marrjes së vendimeve në të cilët dëshirojmë të realizojmë ndikim. Me shfrytëzimin e rregullave dhe procedurave formale realizojmë përparësi të madhe sepse ndryshimet që i kemi arritur do të kenë status „zyrtar” dhe me siguri do të jenë më afatgjate. Gjithashtu, në këtë mënyrë krijojmë bazën që proceset e ardhshme të marrjes së vendimeve për çështjet e ngjajshme të jenë më transparente për pjesëmarrje dhe ide të reja. Nëse procesi formal paraqitet, me rëndësi është të dihet se ndryshimin e njejtë mund ta realizojmë në nivelet e ndryshme. Gjithëmon mund të provojmë me praktikën më të vogël „prapa skenës”, ose madje të kërkojmë proces alternativ.

Puna e mirë në përfaqësimin e temës me interes shoqëror është e bazuar edhe në shkathtësinë e komunikimit dhe të negociatave. Këto mund ti mësojmë edhe nëpërmjet praktikës me durim ti zhvillojmë e përmirësojmë. Çelsi i përfaqësimit të mirë publik qëndron në aftësinë që në mënyrë të saktë të shprehim interesat dhe mendimet e atyre në emër të së cilëve bëjmë përfaqësimin. Të sigurohet etika dhe legjitimiteti, çka janë principet themelore të përfaqësimit, nga ndonjëherë nuk është detyrë e lehtë. Hulumtimi i mirë konsultimet permanente dhe planifikimi me kujdes i mesazheve, të cilat do të ia dërgojmë publikut, e në marrëveshje me ata të drejtat e të cilëve janë në pyetje, është garancion që interesat e tyre do të përfaqësohen në mënyrë të drejtë.

AKTERËT DHE AKTIVITETET NË PERFAQËSIMIN PUBLIK

Në çdo proces të përfaqësimit publik ekzistojnë **tri kategori kyçe të akterëve**:

- **Shfrytëzuesit** – Grupet shoqërore, të drejtat e të cilave janë anashkaluar ose kanë vështirësi në qasjen e njërës nga të drejtat.
- **Përfaqësuesit** – Grupet formale ose joformale dhe individët të cilëve shfrytëzuesit i drejtohen për shkak të problemeve në realizimin e ndonjërisë të drejtë.
- **Bartësit e vendimeve** – Ata të cilët kanë përgjegjësi dhe forcë të vendosjes për çështjen e inicuar dhe paraqesin publikun qëllimor në të cilin përpiqemi të ndikojmë.

Njëkohësisht, disa prej autorëve dhe të përfaqësuesve publikë me përvojë dallojnë **tri lloje të aktiviteteve**, të cilat së bashku mund të konsiderohen me përfaqësimin publik në kuptim të gjerë. Në mes tyre ekziston shkalla e lartë e përputhjes dhe është e mundshme që të kryhen njëkohësisht.

PËRFAQËSIMI – Të kërkohet marrja e vendimeve politike në emër personal dhe në emër të të tjerëve. Përfaqësuesit publik angazhohen të dëgjojnë pikëpamjet e personave të cilët janë të rrezikuar me ndonjë çështje shoqërore. Ata më tej mund të shprehin kërkesat e këtyre personave, me çrast përfaqësojnë interesat e tyre. Ky rol, rëndomtë merret kur personat e përfaqësuar nuk janë në situatë që vetë të mbrojnë interesat e tyre (për shkak të largësisë, pasigurisë, barrierave gjuhësore) ose kur numri më i madh i njerëzve dëshiron të bartë mesazhin e caktuar, kështu zgjedhin zëdhënësit, të cilët do të përfaqësojnë në emër të tyre.

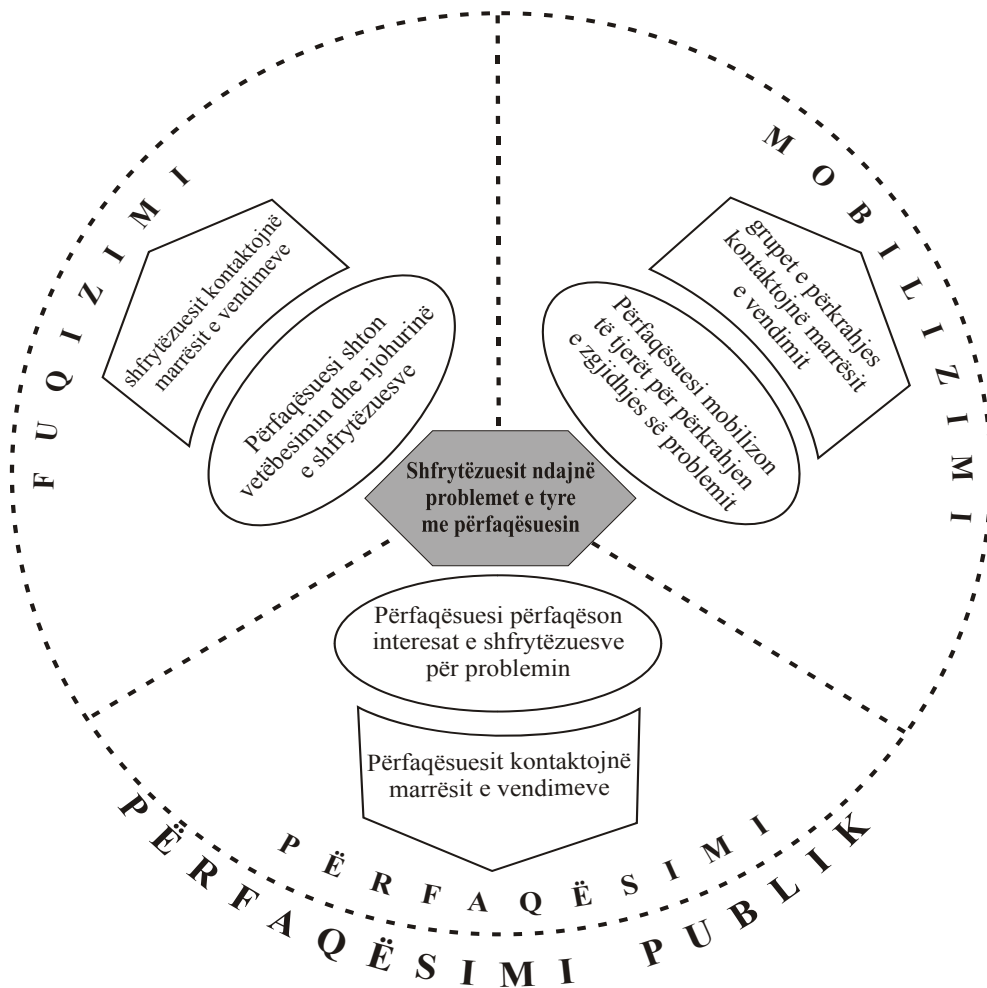
MOBILIZIMI – Të nxiten të tjerët të përkrahet kërkesa për marrjen e vendimeve politike. Kjo është krijimi i rrethit të gjerë të përkrahjes prej atyre që përbëjnë njerëzit „e goditur“ drejtpërdrejt me problemin dhe bindja e të tjerëve në rëndësinë e këtyre çështjeve edhe për ata. Njerëzve duhet dhënë informata për ngjarjet të cilat momentalisht janë jashtë pamjes së tyre, duke ia hapur sytë për problemet e të tjerëve dhe duke i nxitur ti shikojnë problemet në mënyrë tjetër. Kjo vetëdije e re shoqërore mun-

det mandej të orientohet në mënyrë shumë konstruktive kah arritja e ndryshimeve të gjera në shoqëri. Mobilizimi është i rëndësishëm sepse numri i madh i njerëzve ka edhe fuqinë më të madhe dhe me gjasë është se do të vie deri tek ndërrimet nëse më shumë njerëz e folin të njejtën gjë. Ndonjëherë mundemi ta arrijmë ndryshimin në shoqëri me anë të ndryshimit të opinionit publik nëpërmjet shtimit të vetëdijes shoqërore për çështjen e caktuar, bile edhe në raste kur nuk ndëryshohen pushteti dhe sistemi shoqëror. Puna në koalicione me grupet tjera të interesuara dhe zhvillimi i fushatave publike paraqesin mënyra efikase të krijimit të bazës së gjerë të përkrahjes.

FUQIZIMI – Të aftësohen dhe të trimërohen njerëzit që në mënyrë të pavarur ta iniciojnë procesin e marrjes së vendimit. Njëra nga përfitimet përcjellëse të përfaqësimit dhe të mobilizimit është mundësia e njerëzve të zbulojnë mënyra të reja të cilat iu ndihmojnë të bëhen akterë aktiv politik. Shumë prej tyre ndihen vetëm si vrojtues pasiv të procesit politik apo në rastin më të keq si viktimë të sistemit ekzistues politik. Nëpërmjet përfaqësimit shumica prej tyre fillojnë të kuptojnë se në çfarë mënyre mund të ndikojnë njëkohësisht edhe në politikë e edhe në praktikë. Vërejnë se si qeveritë, pushtetet lokale, madje edhe qëndrimet e të njohurëve të tyre ngandonjëherë mund të ndryshohen. Për shumicën e njerëzve kjo paraqet përjetim çlirues: ata ndiejnë se mund të bëhen anëtarë aktiv të shoqërisë, me çrast duke zhvilluar forcat vetanake si dhe personalitetin e vet. Kjo sidomos ka të bëjë me pjesëtarët e grupeve të marginalizuara shoqërore (personat me invaliditet, të moshuarit, të varfërit). Për ata të cilët sipas përvojës mbijetojnë në kufi të shoqërisë, shprehja e interesave vetanake dhe kërkesa e realizimi i të drejtave vetanake shpesh kërkon ndryshimin e shembëlltyrës së vetë. Duke hudhur mendimin e rrënjosur se paraqesin vetëm barrë për shoqërinë, ata mund të fillojnë procesin e zbulimit të vetëvetes dhe të shtojnë kompetencën e vetë. Ndryshimi radikal i mendimit për vendin dhe rolin vetanak në shoqëri i trimëron njerëzit që ta kundërshtojnë rolin tradicional të shtetit, e kështu të kuptojnë detyrimet vetanake por edhe të drejtat brenda shoqërisë.

Shumë grupe të cilat merren me përfaqësimin publik, për këtë arsye orientojnë aktivitetet e tyre edhe në ndryshimin e vetëdijes vetanake, e mandej edhe në pikëpamjet e të tjerëve. Ndërtimi i aftësive plotësuese dhe forcimi i të tjerëve paraqet mënyrën e rëndësishme të përkrahjes së procesit të përfaqësimit.

Paraqitja skematike e aktiviteteve dhe e akterëve në procesin e ndryshimit të politikave



PËRFAQËSIMI PUBLIK DHE NOCIONET E AFËRTA

OJQ-të në mbarë botën shfrytëzojnë shkathtësitë dhe teknikën e përfaqësimit publik me vite të tëra. Megjithatë, përfaqësimi publik përzihet shpesh me konceptet tjera të cilat ndajnë elementet e ngjajshme. Këto koncepte janë: informimi, arsimimi dhe komunikimi (IAK), marketingu social; marrëdhëniet me publikun etj. Shumica e njerëzve është e njohur me atë se çka janë marrëdhëniet me publikun (PR) ose fushatat e reklamave të cilat kompanitë e mëdha private i shfrytëzojnë për të shitur prodhimet e tyre. Për ti kuptuar më qartë dallimet i shqyrtojmë se çka kanë të përbashkët dhe për çka dallohen.

Elementet e përbashkëta për të gjitha këto qasje/koncepte janë:

- Të gjitha janë strategji për **promocionin e ndryshimeve**;
- Të gjitha janë më të suksesshëm kur janë **të planifikuara në mënyrë sistematike**;
- Të gjithë përfshijnë identifikimin e publikut qëllimor dhe **formulimin e mesazheve** ndaj saj

Përfaqësimi publik **dallohet** prej koncepteve/qasjeve tjera sepse **gjithmonë tenton të ndryshojë politikën** ose **programin**, ndërsa koncepti i fushatës informative arsimore dhe komunikative ka për qëllim ngritjen e vetëdijes dhe ndryshimin e sjelljeve, në fushatat PR qëllimi është përmirësimi i autoritetit dhe shtimi i shitjes së kompanisë, e cila i organizon.

Si edhe IAK, përfaqësimi publik kërkon mes-hap të ngritjes së vetëdijes të publikave kyçe por ai këtu nuk ndalet.

Procesi i përfaqësimit publik është i suksesshëm vetëm kur bartësit e vendimeve ndërmarrin akcionin e parashkuar politik. Për shembull, organizatat e shoqërisë civile në Serbi kanë paraqitur nevojën e miratimit të ligjit të ri për shoqatat, e cila përfundoi me sukses pas 9 viteve të avokimit (në korrik të vitit 2009 është miratuar Ligji i ri për shoqatat). Shpesh theksohet se publiku i përgjithshëm mund të jetë publiku i fushatës së përfaqësimit publik. Në shumicën e rasteve vetëdija e publikut ngritet për të bërë presion në kreatorin e caktuar të politikës.

DINAMIKA E PROCESIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK

Përfaqësimi është proces dinamik i cili përfshinë akterë të ndërrueshëm e të ndryshëm, ide, plane dhe politika. Edhe pse ky proces ka shumë persona, disa autorë dojnë ti qasen përfaqësimit publik si proces i cili mund të ndahet në pesë faza të cilat vijojnë njëra nga tjetra: *identifikimi i problemit, formulimi dhe zgjedhja e zgjidhjes, ndërtimi i vetëdijes, veprimi politik, përcjellja dhe vlerësimi i përparimit*. Fazat më së shpeshti gradualisht zbrazen njëra në tjetrën, por disa prej tyre njëkohësisht mund të ndodhin. Krahas kësaj, mund të ndodh që procesi të ndalet në njërën prej fazave, apo edhe të kthehet prapa. Me rëndësi është që në këtë moment të mos ndalemi, por të orientohemi në analizën e kujdesshme të shkaqeve dhe të planifikimit të intervenimeve plotësuese. Më vonë në tekst do të shohim se si fazat mund të paraqiten edhe si hapa në përfaqësimin publik, çka për punën e përditshme ndoshta është më lehtë të përcillet.

Faza e parë përfshinë njohjen e problemit kyç, i cili kërkon veprim politik. Shumë ka tema të cilat kërkojnë intervenim, por nuk është e mundur të zgjidhen të gjitha për njëherë dhe në të njëjtën mënyrë. Prandaj është me rëndësi ta hartojmë analizën e mirë e cila nënkupton: përcaktimi i prioriteteve, lidhjet në mes të shkaqeve dhe pasojave, mundësitë e zgjidhjes në ndonjë mënyrë tjetër, a merret dikush me këto çështje, kush është kompetent për këtë sferë...

Faza e dytë ka të bëjë me zgjedhjen e zgjidhjes dhe rëndomtë ekzistojnë shumë mundësi. Ky është momenti që së bashku me akterët kyç të shqyrtojmë të gjitha alternativat. Zgjedhjet duhet të orientohen në atë, e cila në momentin e dhënë është më e përshtatshme në aspektin politik, ekonomik dhe shoqëror. Ky vlerësim është me shumë rëndësi por në praktikë shfrytëzohet rrallë. Nëse zgjidhjen e formulojmë pa konsultime dhe analiza lehtë mund të humbim rrugën në zonën e banales apo ideale, që më vonë frenon procesin dhe pa nevojë shpenzon resurse.

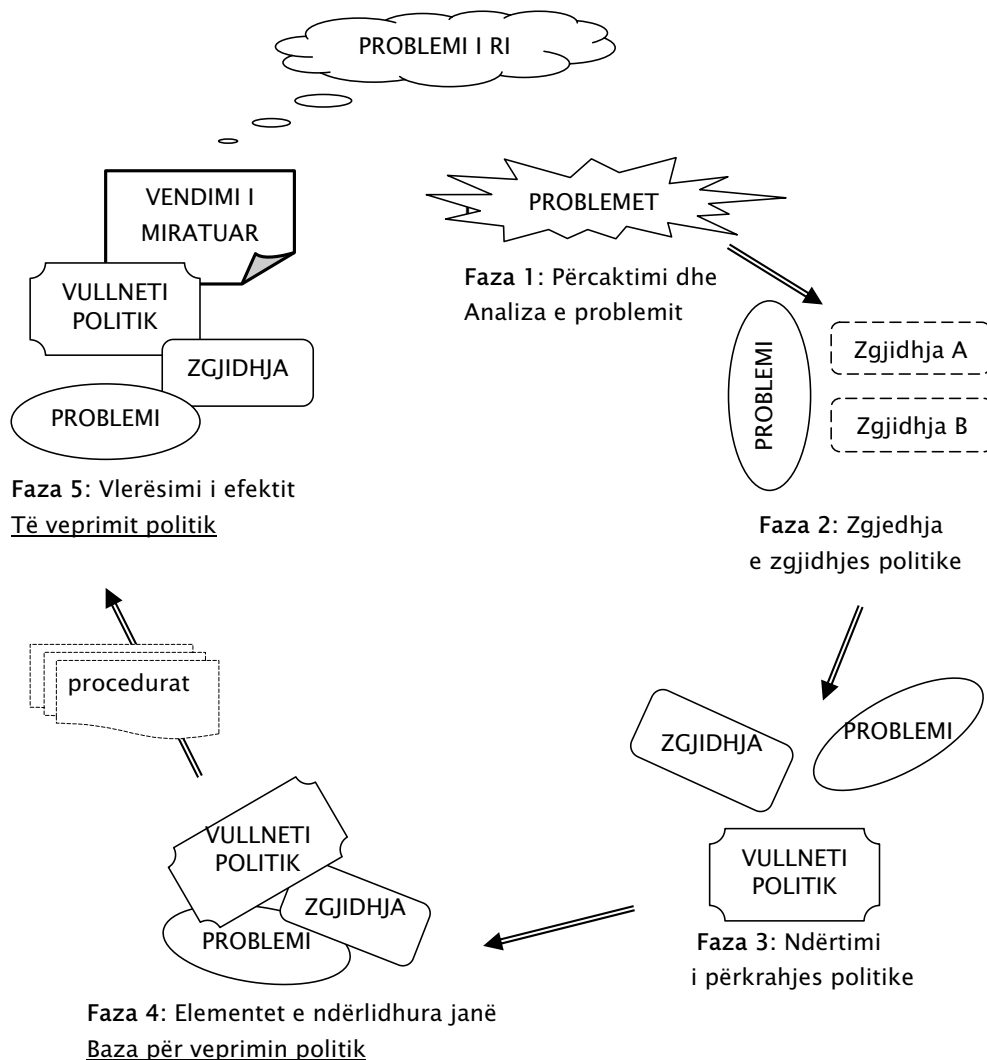
Faza e tretë ka të bëjë me vendosjen e marrëdhënieve me ata të cilët kanë ndikim në bartësit e vendimeve, respektivisht të ndërtimit të vullnetit politik për veprim lidhur me çështjen e inicuar dhe për zgjidhjen e saj. Në këtë fazë aksionet përfshijnë kri-

jimin e rrjetave të përkrahjes, të bartjes së mesazheve, të takimeve me bartësit e vendimeve, të ndryshimit të qëndrimeve të publikut.

Faza e katërt fillon kur problemi është përcaktuar, rruga kah zgjidhja e përkrahur, e ekziston edhe vullneti politik për veprim. Gjërat ndonjëherë ndodhin gati njëkohësisht dhe papritmas, kështu që është me rëndësi ta vërejmë dhe në mënyrë të drejtë ta shfrytëzojmë “dritaren e hapur” për ndonjë aksion. Ai shpesh mund të mbyllet shpejtë, pa shans që ta hapim përsëri, mu atëherë dhe ashtu si e kemi planifikuar në fillim. Njohja e mirë e procesit të miratimit të vendimit, strategjia solide dhe ardhmëria, na shtojnë shansin për intervenimin e suksesshëm.

Faza e pestë është kryer dhe do të duhej të rezultojë me përgjigjen e kompetentëve në kërkesat e parashtruara. Ky është moment i gëzimit sepse e kemi përmbyllur me sukses një ciklus, por ky nuk do të duhej të jetë fundi. Përfaqësuesit e mirë vlerësojnë në mënyrë sistematike punën e tyre, i mbajnë në mend leksionet e mësuara dhe në bazë të tyre krijojnë lëvizje të reja. Shansi për zhvillim dhe përparim qëndron në verifikimin permanent të rezultatit nëpërmjet pyetjes: “Çka dhe sa është ndryshuar realisht dhe në mënyrë të përhershme në jetërat e shfrytëzuesve të fundit”. Me këtë çështje duhet të merremi edhe ne si inicues të procedurës por edhe institucionet të cilat me presionin tonë kanë zbatuar ndryshimin e politikës. Nëse edhe këtë pjesë të punës e kryejmë me sukses gjasat janë të mëdha që në rrethanat e reja të krijuara të vërejmë nevojën, të hapim temën e re dhe të inicohet ciklusi i ri, i cili poashtu do të jep kontributin e vet në zhvillimin e drejtësisë shoqërore.

Paraqitja skematike e fazave në procesin e përfaqësimit publik



PJESËMARRJA E QYTETARËVE NË PROCESIN E KRIJIMIT TË POLITIKAVE

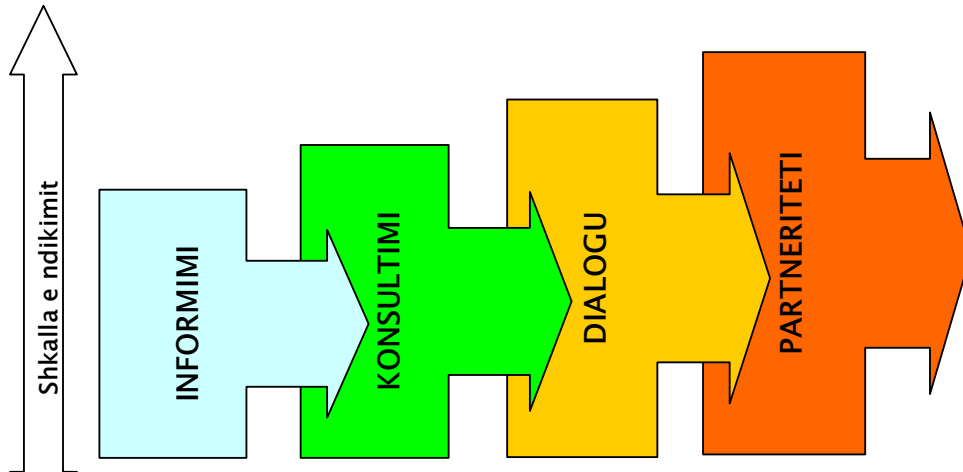
Pjesëmarrja e qytetarëve (participimi në kuptim të gjerë) nënkupton çdo aktivitet i cili kontribon që nevojat, dëshirat dhe vlerat e njerëzve të cilët jetojnë në një bashkësi të ndikojnë në marrjen e vendimeve të organeve të pushtetit. Kjo është formë e komunikimit në mes qytetarëve dhe përfaqësuesve të pushtetit, i orientuar që në afat të gjatë të përmirësojë sistemin e pushtetit dhe të përparojë jetën e bashkësisë. Synimi është që të jetë i bazuar në marrëdhënie të partnerit dhe të zhvillohet në bazë të besimit reciprok. Participimi fiton formën e vetë të plotë dhe efektet vetëm kur qytetarët kanë edhe lirinë edhe vetëdijen për nevojën që të tubohen, informohen dhe të bisedojnë për problemet e bashkësisë së vet, të ofrojnë zgjidhjet e mundëshme dhe të kyçen në marrjen e vendimeve. I takojmë dy tipe të participimit:

- **Passive** – kur qytetarët vetëm marrin pjesë në takime ose prezantime për tu njohur më afër me vendimet apo programet konkrete, ose të realizojnë të drejtën e tyre zgjedhore.
- **Aktive** – kur qytetarët nëpërmjet formave të ndryshme të bashkimit dhe iniciativave janë në interaksion direkt me përfaqësuesit e pushtetit.

Në praktikë ekzistojnë disa nivele të pjesëmarrjes së qytetarëve, ndërsa i dallojmë në bazë të asaj se kush fillon iniciativën dhe në cilën pjesë të procesit të krijimit të politikës lokale ata janë kyçur. Shkalla më e ulët dhe me mundësi më të vogëla për realizimin e ndikimit është informimi pas vendimit të miratuar, e më e lartë dhe më produktive kur qytetarët kyçen në vetë fillimin, që në mënyrë grafike mund të paraqitet në këtë mënyrë:

INFORMIMI paraqet raportin njëkahësh në linjën pushteti – qytetari i cili nënkupton se pushteti dërgon e qytetarët pranojnë informata. Pushteti mund të informojë qytetarët në mënyrë aktive ose pasive duke shfrytëzuar kanalet e ndryshme për dërgimin e informatave. Në rastin e **informimit pasiv** përfaqësuesit e pushtetit me kërkesë të qytetarëve japin informata të caktuara. Informimi pasiv është i lidhur ngushtë me ekzistimin e të së drejtës në lirinë dhe qasjen në informatë. Metodot e in-

Paraqitja skematike e nivelit të pjesëmarrjes së qytetarëve në krijimin e politikës



formimit pasiv janë shumë të thjeshta dhe reduktohen në dërgimin ose dhënien e dokumentit të kërkuar personalisht. **Informimi aktiv** nënkupton iniciativën e pushtetit lokal të njoftojnë qytetarët me aktivitetet e tyre dhe me planet e ardhshme. Ekzistojnë shumë metoda të ndryshme, siç janë:

- **Shtypja e dokumenteve zyrtare** (fletoret zyrtare dhe format tjera)
- **Shpallja e dokumenteve në fazat përgatitore** (prezantimi i propozimeve të ndryshme dhe të versioneve të dokumenteve)
- **raportet** (paraqitja publike e teksteve të raporteve për punën tremujore, gjysëmjetore apo vjetore)
- **broshurat, udhëzimet, posterët** të cilët i informojnë qytetarët për të arriturat e fundit, me vendimet dhe planet e organeve të pushtetit.

KONSULTIMI ose këshillimi është forma e komunikimit në mes të pushtetit dhe të qytetarëve, të cilin e inicon vetë pushteti. Gjatë krijimit të vendimeve ose politikave të caktuara, bartësit kompetent të organit të pushtetit kërkojnë paraprakisht kome-

te, mendime dhe informatën kthyesë prej qytetarëve. Nëse informata për nevojat ose kënaqësinë e qytetarëve arrijnë spontanisht (psh. Kutia për ankesa e lavdërata) atëherë kjo është formë **pasive**. Kur përfaqësuesit e pushtetit në mënyrë qëllimore kërkojnë prej qytetarëve mendimin dhe informatat për temën konkrete, atëherë ky është konsultim **aktiv** dhe mund të realizohet në disa mënyra:

- organizimi i ekipeve që do të bisedojnë me qytetarët
- formimi i zyreve "të dymë te hapura" para miratimit të vendimit definitiv
- mbajtja e takimeve publike të qytetarëve me këshilltarët
- organizimi i fokus grupeve apo anketave
- hulumtimi i opinionit publik

DIALOGU është komunikim dydrejtimor i bazuar në interesat e dyanshme dhe me qëllimet e mundshme unike të pushtetit e të qytetarëve, në mënyrë që të sigurohet shkëmbimi i rregullt i mendimeve. Iniciativën për dialog mund ta fillojë cilado palë qoftë. Mund të jetë në formë të **diskutimit të hapur publik** në takimet e specializuara, nëpërmjet diskutimit të rrethit të gjerë dhe nuk është në mënyrë të prerë i lidhur për procesin momental të marrjes së vendimit apo të zhvillimit të politikës. **Dialogu bashkëpunues** është ndërtuar në interesin e përbashkët të të dy palëve në raport me politikën e caktuar të zhvillimit. Rëndomtë ai shpie deri te rekomandimi i përbashkët, strategjia apo korniza ligjore. Zbatohet nëpërmjet takimeve të rregullta të përbashkëta, në të cilat zhvillohet themeli i ndonjë politike apo strategjie. Dialogu vlerësohet lartë në të gjitha hapat e cikluseve të marrjes së vendimeve politike.

PARTNERITETI në mes të pushtetit dhe të qytetarëve nënkupton përgjegjësinë e përbashkët në çdo hap të procesit, prej formimit të propozimit, nëpërmjet marrjes së vendimit, e deri te aplikimi i iniciativës politike. Kjo është forma më e lartë e pjesëmarrjes në të cilën realizohet bashkëpunimi i ngushtë, para së gjithash në mes të sektorit publik dhe të sektorit civil, me çrast qytetarët dhe shoqatat e kyçura mbeten të pavarura. Partneriteti mund të kyç aktivitete, siç janë ndarja e detyrave specifike shoqatave të qytetarëve, psh: dhënia e disa shërbimeve, pjesëmarrja në forume, vendosja e trupave për miratimin e përbashkët të vendimeve, e mund të kyç edhe pjesë të resurseve.

ÇKA DUHET TË DIJNË PËRFAQËSUESIT PUBLIK?

Njëherë kur të fitohet hapësira publike dhe „ia hudh dorëzën“ pushtetit, duhet të jetë i vetëdijshëm për mundësitë e veta dhe të përgatitet për befasi. Janë të mundshme kthesat e ndryshme të pa parapara, prej dëshprimet deri te befasitë e këndshme, e njohja e mirë e sistemit dhe të planifikimit shtojnë shansën për rezultat të mirë. E rëndësishme është edhe mënyra e drejtimit ndaj njerëzve gjatë bindjes për të përkrahur qëndrimet e caktuara. Zhvillimi i shkathtësive oratorike do të ndihmojë në fitimin e simpativë të publikut të gjerë, të nxitjes së entuziazmit, fitimin e përkrahjes prej publikut të kujdesshëm dhe të mosbesueshëm, krijimi i përkrahjes në mes të shumë miqve apo të debatit me kundërshtarë. Krahas kësaj duhet njohur edhe:

Strukturën – Si janë të organizuara institucionet, rrugës së ministrive ose të administratave komunale? Kush është kompetent për miratimin e vendimeve të këtilla? Cila është procedura e miratimit të këtyre vendimeve?

Kompetencat – Me ligj janë përcaktuar kompetencat e drejtorive komunale e shtetërore, të ministrive. Në çfarë mënyre dhe për çka është kompetente çdo njëra prej tyre?

Lidhjet – Ekziston ende ndonjë lidhje e cila nuk është formalisht e paraqitur në mes të niveleve të caktuara të marrjes së vendimit? Si janë të lidhura procedurat e miratimit të vendimit?

Fuqia – Sa është fuqia e dikujt për të vendosur ndonjë çështje në rendin e ditës dhe të mundësijë diskutimin për problemin e caktuar?

Kufizimet – Ku janë kufijtë e ndikimit të caktuar?

Ndikimi – Në çfarë mënyre personat përgjegjës i nënshtrohen ndikimeve? A mund ti ofrohemi? Mediat a reagojnë në qëndrimet e publikut të gjerë?

MEKANIZMAT E PJESËMARRRJES SË QYTETARËVE NË REPUBLIKËN E SERBISË

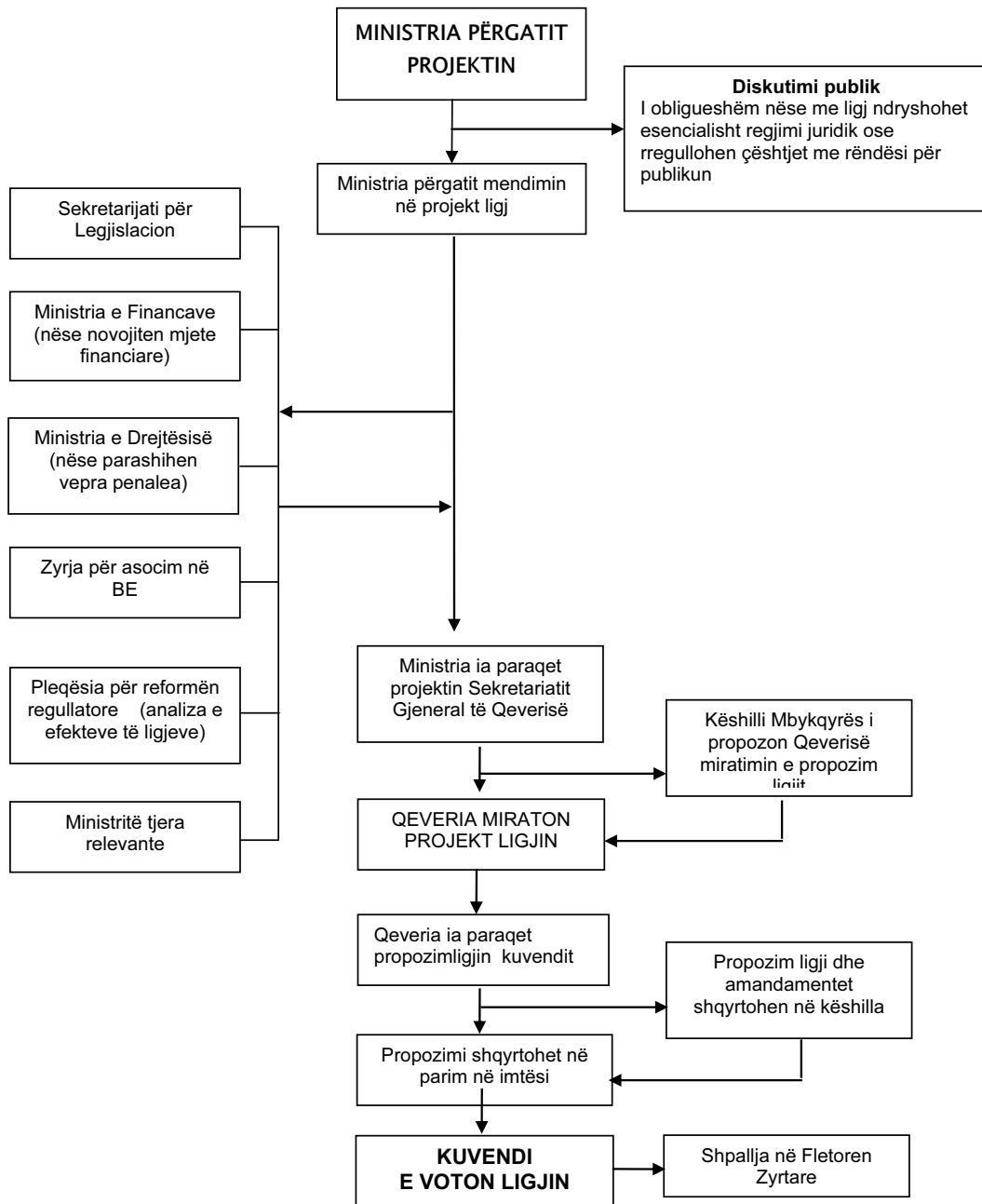
Qeveria e Republikës së Serbisë

Qeveria e Republikës së Serbisë ka rolin vendimtar në procesin e përgatitjes dhe të miratimit të ligjeve dhe të instrumenteve tjera të politikave publike. Prandaj është me rëndësi të veçantë të ekzistojë një mekanizëm i efektshëm për pjesëmarrjen e qytetarëve në fazën e hartimit të ligjeve dhe të instrumenteve të politikës publike. Pasi të vijë ligji në kuvend, shumë pak ka gjasa që qytetarët dhe shoqatat e tyre të ndikojnë në përmbajtjen e propozim ligjit. Qeveria zbaton ligjet dhe aktet tjera të Kuvendit Popullor, i propozon Kuvendit Popullor ligjet, buxhetin, dhe aktet tjera të përgjithshme e të veçanta, mbikëqyrë kushtetutshmërinë dhe ligjëshmërinë e akteve të përgjithshme, mbikëqyrë punën e organeve të administratës shtetërore, orienton organet e administratës shtetërore në zbatimin e politikës dhe të ligjeve e të akteve tjera të përgjithshme edhe e harmonizon punën e tyre.

Sipas dispozitave të Rregullores së Qeverisë së Serbisë, Qeveria formon këshilla e komisione si trupa të përhershëm dhe të përkohshëm të punës (pleqësia, grupi punues, grupi i ekspertëve, etj). Kryetari i trupit të përhershëm të punës mund të ftojë në mbledhje përfaqësuesit e organeve tjera dhe ekspertët për çështje të caktuara për të paraqitur mendimet e tyre. Rregullorja përcakton detyrimin e propozuesit të ligjit që në përgatitjen e ligjit, me të cilin rrënjësisht ndryshon rregullimin e ndonjë çështjeje ose rregullon çështjen që në veçanti i intereson publikut, të zhvillojë diskutim publik. Mirëpo, dispozitat e Rregullores nuk përmbajnë kriteret më precize me të cilat përcaktohet se kur ligji i ri ndryshon esencialisht rregullimin e ndonjë çështjeje ose rregullon çështjen me interes të veçantë për publikun, e as nuk precizojnë mënyrën (standardet minimale) të zhvillimit të diskutimit publik, gjë që hapë mundësinë e komentimit të ndryshëm në aplikimin e dispozitave të Rregullores.

Sipas procedurës ekzistuese, ministria e cila është propozuese e projekt ligjit, projektin ia dërgon Sekretariatit Gjeneral të Qeverisë, pasi që e merr mendimin nga Sekretariati për Legjislacion, Ministria për Financa, (nëse për zbatimin e ligjit janë të ne-

Skema e procedurës së miratimit të ligjit në Qeverinë e Serbisë.



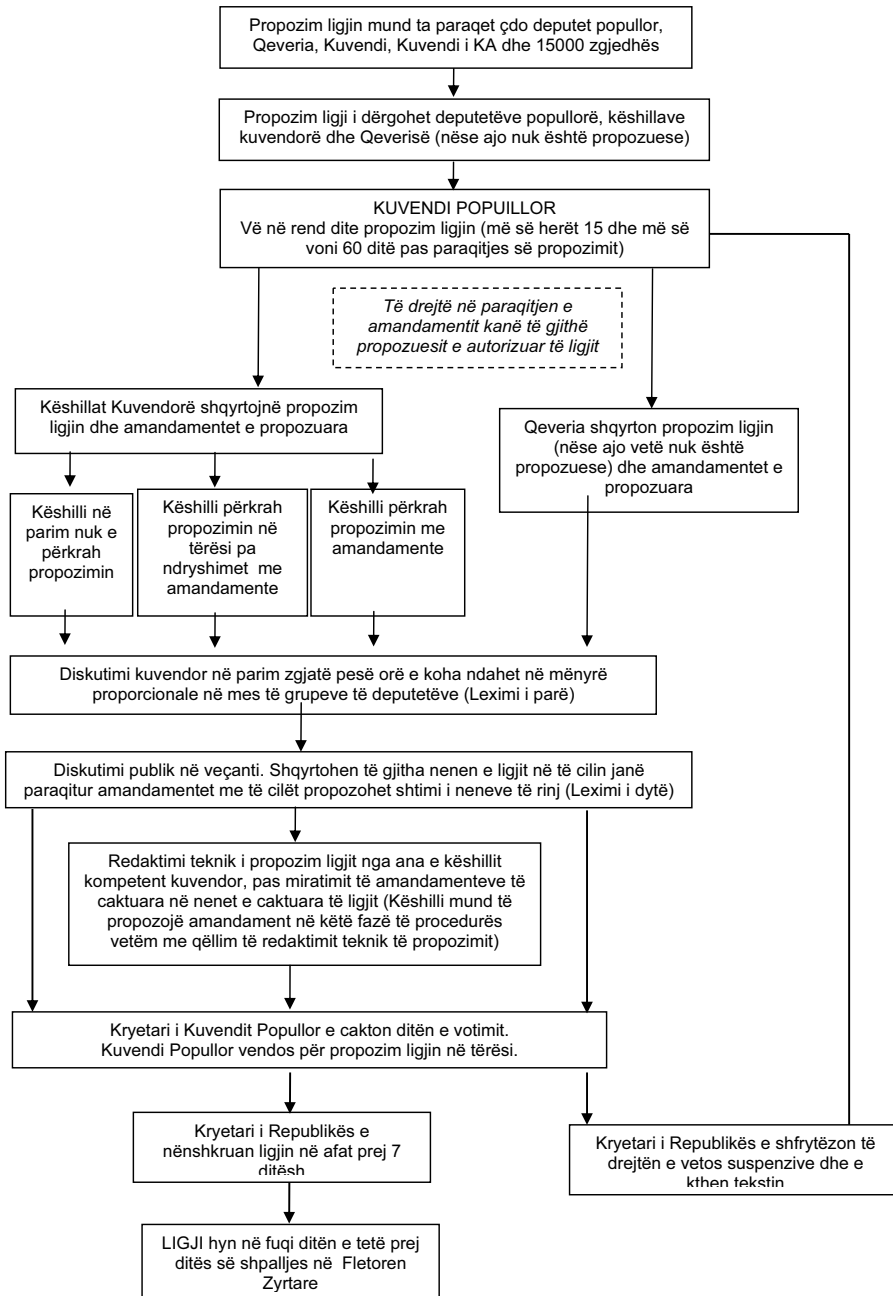
vojshme mjete financiare), Ministria e Drejtësisë (nëse me ligj parashihen vepra penale), Zyrja për Integritet Evropian (e cila verifikon harmonizimin e ligjit me legjislativën e BE-së), Pleqësia për Reformën Regullatore (e cila analizon efektet e aplikimit të ligjit të ri) dhe nga ministritë tjera kompetente. Sekretariati Gjeneral verifikon se a i plotëson projekti kushtet formale – juridike për procedurën e mëtejshme. Pas kësaj, këshilli kompetent i Qeverisë (Këshilli për Sistemin Juridik e Organe Shtetërore, Këshilli për Ekonomi e Financa, Këshilli për Shërbime Publike ose Këshilli për Marrëdhënie me Botën e Jashtme) shqyrton projektin. Kur këshilli kompetent propozon miratimin e projektit, për të vendoset në mbledhjen e Qeverisë.

Kuvendi Popullor i Republikës së Serbisë

Rregullorja e Kuvendit Popullor parasheh formimin e këshillave dhe të komisioneve si trupa punues me kompetenca të ndryshme. Sidomos është i rëndësishëm roli i këshillave, të cilët formohen me qëllim të shqyrtimit të çështjeve nga kompetenca e Kuvendit, propozimi i akteve si edhe shqyrtimi i gjendjes së udhëheqjes së politikës, zbatimi i ligjeve, të dispozitave tjera dhe të akteve të Qeverisë së Republikës së Serbisë. Në punën e këshillave, me ftesë mund të marrin pjesë edhe punëtorët profesional e shkencor. Me qëllim të shqyrtimit të çështjeve të caktuara nga fushëveprimi i vetë dhe të përgatitjes së propozimeve për këto çështje, trupi punues mund të formojë grupe punuese në përbërjen e të cilëve mund të caktohen edhe punëtorët shkencor e profesional.

Me mbështetjen e donatorëve të huaj (UNDP, OSCE, Këshilli i Evropës), këshillat e caktuar të Kuvendit Popullor e kanë zhvilluar praktikën e mirë që në mbledhjet, prezantimet ose tryezat e tyre të rrumbullakëta të ftojnë ekspertët dhe përfaqësuesit e organizatave të shoqërisë civile. P.sh. Kuvendi Popullor në vitin 2003 ka themeluar Këshillin për Zvogëlimin e Varfërisë, i cili ka filluar me punë në vitin 2004. Këshilli njihëson 15 antarë dhe ka për detyrë të kontribuojë në hartimin e zgjidhjeve kualitative ligjore që kanë të bëjnë me zvogëlimin e varfërisë. Këshilli shqyrton propozimet e ligjeve nga aspekti i zbatimit të strategjisë për zvogëlimin e varfërisë dhe mbikqyrë procedurën e miratimit dhe të ndarjes së buxhetit lidhur me aplikimin e saj. Poashtu Këshilli jep sygjerime, vërejtje e vlerësime lidhur me realizimin e Strategjisë dhe lehtëson dialogun në mes të trupave qeveritare dhe të organizatave të shoqërisë civile për çështjet me rëndësi për zvogëlimin e varfërisë.

Paraqitja skematike e proceduës në Kuvendin e Republikës së Serbisë



Këshilli ka inicuar Forumin e Kuvendit Popullor i cili është i organizuar në mënyrë tematike. Qëllimi i Forumit është që pjesëmarrësit në procesin e aplikimit të Strategjisë të informohen më mirë për shembujt e praktikës së mirë dhe iniciativat për zgjidhjen e problemeve që janë të njohura në procesin e aplikimit të Strategjisë. Organizatat e shoqërisë civile janë pjesëmarrës të përhershëm të këtij Forumi.

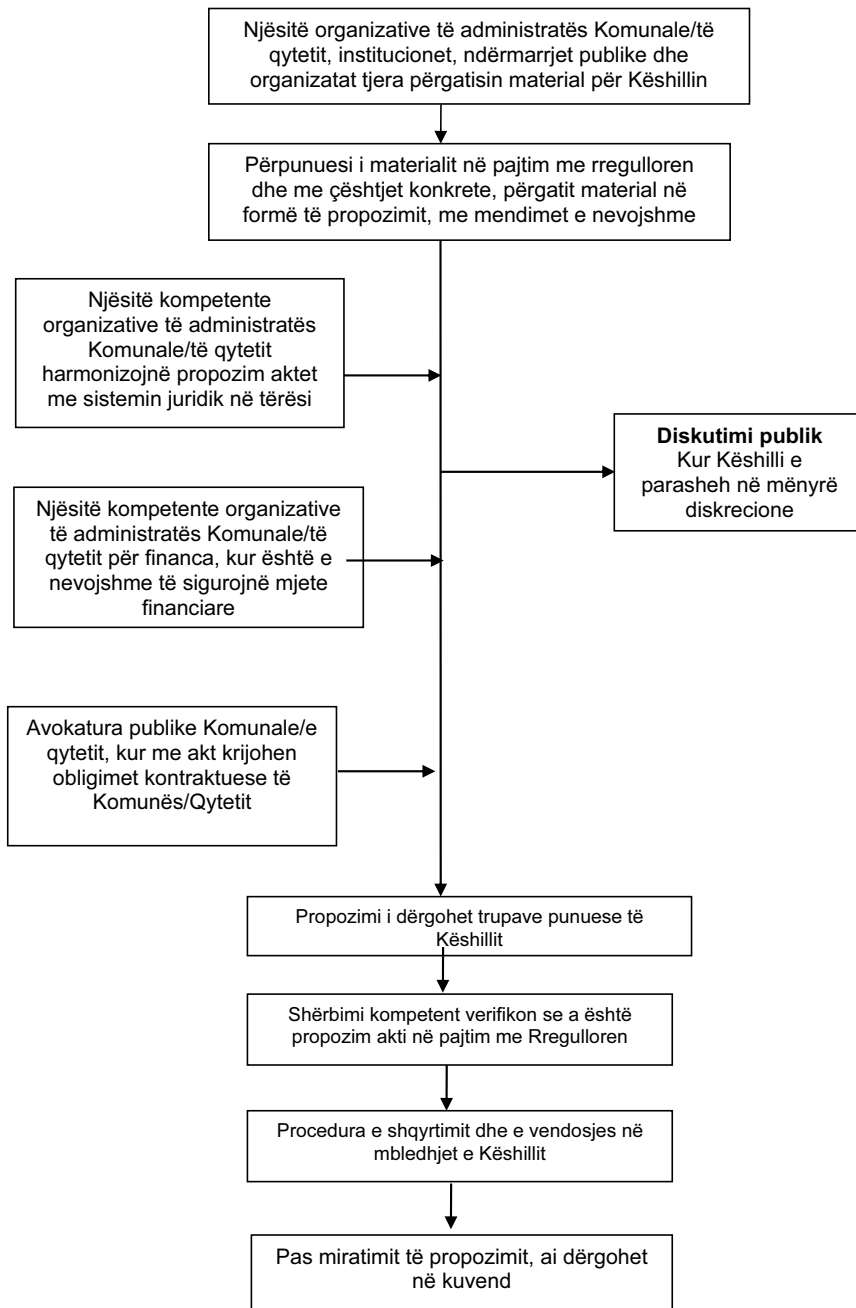
Kur është fjala për procedurën e miratimit të ligjeve, pas shqyrtimit në këshillat kuvendorë, propozim ligji shqyrtohet në parim edhe në veçanti, pas kësaj ligji votohet dhe shpallet në Fletoren Zyrtare.

Vetëadministrimi lokal

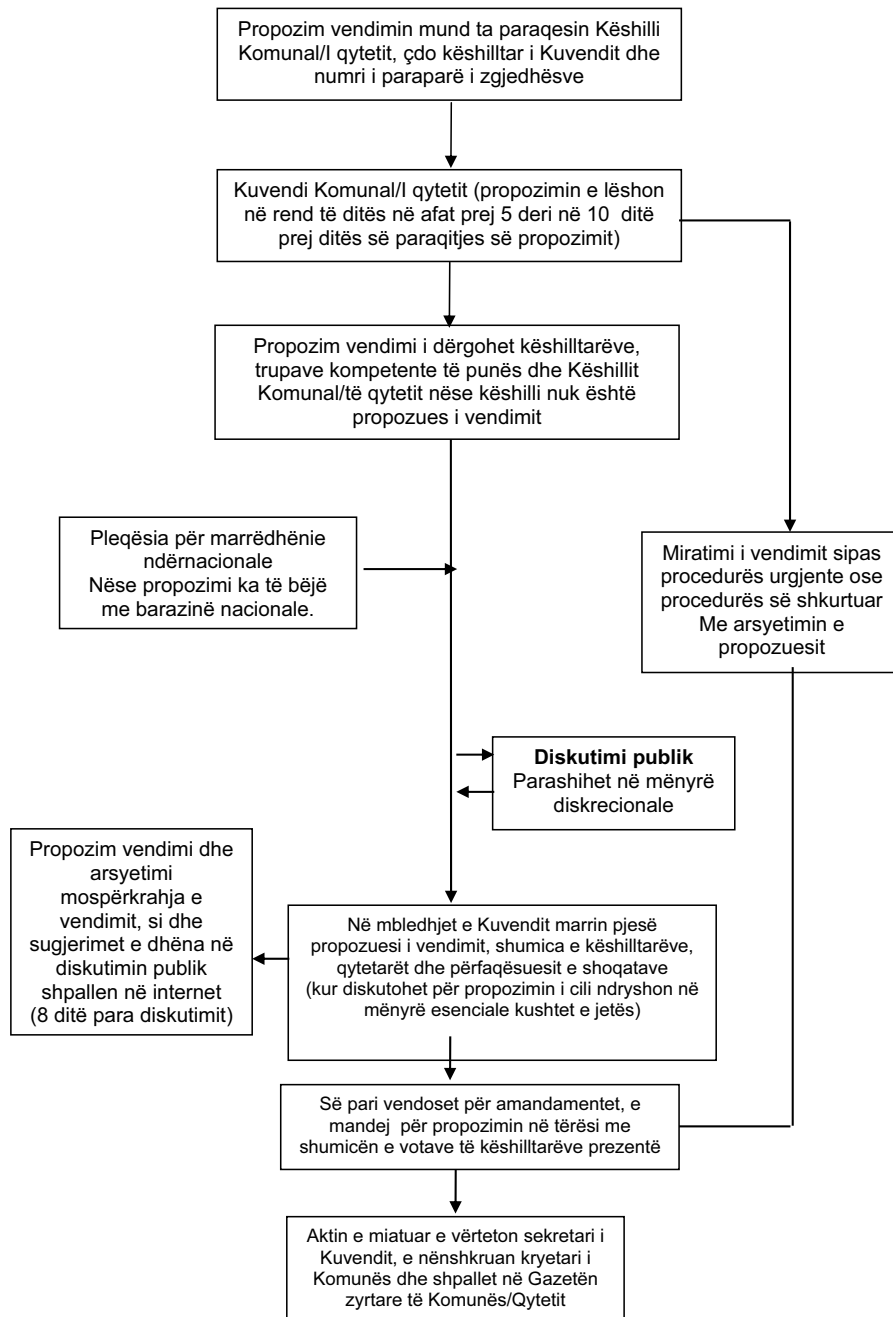
Qytetarët kanë interes të veçantë të marrin pjesë në procesin e hartimit dhe aplikimit të politikave, me të cilat rregullohen çështjet me ndikim të drejtpërdrejtë në kualitetin e jetës në bashkësinë lokale. Me vetëadministrimin lokal në kuptim të Ligjit për vetëadministrimin lokal, nënkuptohet e drejta e qytetarëve të drejtojnë me punët publike me interes të drejtpërdrejtë, të përbashkët dhe të përgjithshëm për popullatën lokale, drejtpërdrejt dhe nëpërmjet përfaqësuesve lirisht të zgjedhur. Me qëllim të realizimit të kësaj të drejte, Ligji parashih detyrimin e organeve të shërbimeve të njësisë së vetëadministrimit lokal ta informojnë publikun për punën e tyre nëpërmjet mjeteve të informimit publik dhe në mënyrë tjetër adekuate. Krahas kësaj, organet dhe shërbimet e njësisë së vetëadministrimit lokal janë të detyrueshëm që qytetarëve në realizimin e të drejtave dhe obligimeve të tyre ti japin shënimet, sqarimet dhe lajmërimet e nevojshme. Vetëadministrimi lokal realizohet në komunë, qytet dhe në qytetin e Beogradit. Në ligj, në mënyrë të prerë përmendet edhe mundësia e bashkëpunimit të organave të vetëadministrimit lokal me organizatat e shoqërisë civile (organizatat joqeveritare) në zgjidhjen e çështjeve nga kompetenca e saj.

Sipas të njejtit Ligj organet e komunës janë: kuvendi i komunës, kryetari i komunës, këshilli komunal dhe administrata komunale. Organet e njejta, me emra të ndryshëm ekzistojnë në qytetet (kuvendi i qytetit, prefekti, këshilli i qytetit dhe administrata e qytetit). Ligji ka paraparë edhe funksionin e ndihmësit të kryetarit të komunës, ndërsa avokati civil (ombudsman) është organ fakultativ.

Skema e procedurës së miratimit të akteve në këshillin komunal



Skema e procedurës së miratimit të akteve në Kuvendin Komunal/të qytetit



Në qytetet dhe komunat nacionale të përziera, Ligji kërkon formimin e pleqësisë për marrëdhënie ndërnacionale i cili shqyrton çështjet e realizimit, mbrojtjes dhe të përparimit të barazisë nacionale në pajtim me ligjin dhe me statutin. Fushëveprimi, përbërja, zgjedhja e antarëve dhe mënyra e punës së pleqësisë për marrëdhënie ndërnacionale rregullohet me vendimin e kuvendit të njësisë së vetëadministrimit lokal, e cila miratohet me shumicën e votave prej numrit të përgjithshëm të këshilltarëve në pajtim me ligjin.

Mënyrat e pjesëmarrjes së drejtpërdrejtë të qytetarëve

Ekzistojnë tri mënyra themelore të pjesëmarrjes së drejtpërdrejtë të qytetarëve në punën vetëadministrimit lokal: iniciativa qytetare, tubimi i qytetarëve dhe referendumi.

Iniciativa e qytetarëve – Qytetarët i propozojnë kuvendit të njësisë së vetëadministrimit lokal miratimin e aktit me të cilin do të rregullohet çështja e caktuar nga kompetenca e njësisë së vetëadministrimit lokal, ndryshimi i statutit ose i akteve tjera të përgjithshme dhe shpallja e referendumit. Me statutin e njësisë së vetëadministrimit lokal përcaktohet numri i nënshkrimeve të qytetarëve i nevojshëm për nismën e plotëfuqishëm të iniciativës qytetare i cili nuk mundet të jetë më i vogël se 5 % i zgjedhësve. Me statut rregullohen edhe çështjet tjera me rëndësi për nismën e iniciativës qytetare.

Tubimi i qytetarëve – konvokohet për pjesën e territorit të vetëadministrimit lokal të përcaktuar me statut. Tubimi i qytetarëve diskuton dhe jep propozimin për çështjet nga kompetenca e organit të njësisë së vetëadministrimit lokal. Tubimi i qytetarëve me shumicën e antarëve të pranishëm miraton kërkesat dhe propozimet edhe ia dërgon kuvendit ose organeve dhe shërbimeve të caktuara të njësisë së vetëadministrimit lokal. Me statutin dhe vendimin e kuvendit të komunës më afër rregullohen çështjet për të cilat deklarohet tubimi i qytetarëve.

Referendumi – në propozimin të cilin e paraqet më së paku 10 % e zgjedhësve nga numri i përgjithshëm i trupit zgjedhor në njësinë e vetëadministrimit lokal, kuvendi i njësisë së vetëadministrimit lokal është i obligueshëm të shpallë referendum

për çështjet nga kompetenca e tij në mënyrën e përcaktuar me Ligj e statut. Vendimi nëpërmjet referendumit miratohet nëse për të deklarohet shumica e qytetarëve e cila ka vetuar, me kusht që të kenë votuar më tepër se gjysma e numrit të përgjithshëm të qytetarëve. Vendimi i miratuar me referendum është obligativ, ndërsa kuvendi i njësisë së vetëadministrimit lokal nuk mund ta shfuqizojë, e as me ndryshime e plotësime ta ndryshojë esencën e saj në peridhën e ardhshme prej një viti prej ditës së miratimit të vendimit. Përveç kësaj, kuvendi i njësisë së vetëadministrimit lokal mund me iniciativë të vetë të shpallë referendum për çështjet nga kompetencat e veta.

STRATEGJIA E PËRFAQËSIMIT PUBLIK

Fjala strategji përdoret aq shpesh sot saqë mund të vijmë deri te pika kur nuk jemi krejtësisht të sigurtë në kuptimin e saj të saktë. Njëra nga gabimet më të shpesh-ta në zhvillimin e strategjisë së përfaqësimit publik është mosnjohja e dallimit në mes të taktikës dhe strategjisë. Prandaj është e nevojshme të përkufizohen këto nocione.

Taktika është mënyra, procedura, mjeti për arritjen e qëllimit të caktuar. Ekzistojnë taktika të ndryshme siç janë psh: ndonjë aksion specifik, peticioni, shkrimi i letrave, mbajtja e tubimeve protestuese e të ngjajshme.

Strategjia nënkupton diçka shumë më tepër. Kjo është plan i cili na udhëheq me shfrytëzimin e shkathtësive dhe të taktikave të caktuara, deri te arritja e qëllimit qartë të parashtruar. Zhvillimi i strategjisë është proces i orientuar kah definimi i vendimeve dhe aksioneve themelore të cilat e formësojnë drejtimin e veprimit të ardhshëm. Kërkon shkallën e gjerë të grumbullimit të informatave, hulumtime të alternativave, harmonizime të principeve dhe të intereseve të ndryshme, e theksi është vënë në pasojat e ardhshme të vendimeve të tanishme. Strategjia kërkon vetëdijen tonë për atë – ku jemi, ku dëshirojmë të arrijmë dhe si atë synojmë ta bëjmë.



1. KU JEMI TASH?

analiza e situatës momentale



2. KU DËSHIROJMË TË ARRIJMË?

vlerësimi i të ardhmes



3. ME CILËN RRUGË TË SHKOJMË?

planifikimi

Duhet ta formësojmë ashtu që të ndikojë në akterët themelorë të cilët mund të prodhojnë dhe të ndikojnë në lëvizjen e ndryshimeve të dëshiruara. Me rëndësi është që strategjia të jetë e bazuar në dhënien e propozimeve që janë të orientuara në zgjidhjen e problemeve, e jo vetëm në kritikën e gjendjes ekzistuese. Poashtu është me rëndësi të merret parasysh atmosfera e përgjithshme politike, duke përfshirë edhe shqyrtimet të lidhura për fushatën institucionale, por edhe në sigurinë personale të pjesëmarrësve të fushatës.

HAPAT NË PROCESIN E PLANIFIKIMIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK

Siç u tha më herët, përfaqësimi publik është proces dinamik, i cili nënkupton faza të caktuara. Këto faza, nga shkaqe praktike, mund të paraqiten edhe si hapa në planifikimin e përfaqësimit publik, e që e lehtëson planifikimin e procesit të tërësishëm.

I - Procesi i përfaqësimit publik fillon rëndomtë me vërejtjen dhe definimin e **temës** (*përktimi i fjalës angleze **issue** e cila përfshin nocionet: **problem**, çështje kontestuese, pikë kontestuese, lënda e kontestit*) lidhur me të cilën mund të promovohet ndryshimi i politikës. Tema duhet të jetë e fokusuar, e qartë dhe gjerësisht e përkrahur nga ana e bazës së grupit të përfaqësimit publik.

II - Mandej është e nevojshme të vendoset **qëllimi** dhe **detyra** e përfaqësimit publik. Qëllimi është deklarata e përgjithshme për atë se çka dëshirohet të arrihet në periudhën afatmesme ose afatgjate, vizioni i ndryshimit ose i rezultatit. Detyrat përshkruajnë të arriturat afatshkurtëra, të caktuara, të realizueshme, të matshme, të lidhura për temën, e cila do të kontribuojë në realizimin e qëllimit.

III - Hapi vijues është të njihet **publiku qëllimor** – *marrësit kyç të vendimeve të cilët kanë fuqi e autoritet të zbatojnë ndryshimin e dëshiruar të politikës pë të temën e caktuar, si dhe ata të cilët mund të ndikojnë në ta.*

IV - Mandej duhet të zhvillohet **mesazhi** i bindshëm, i rregulluar sipas interesave të publikut politik. Mesazhi duhet ta definojë problemin në mënyrë të argumentuar për shkak të së cilit është inicuar përfaqësimi publik, të ofroj zgjidhje dhe të nxitë në aksion.

V - Për të arritur mesazhi i përfaqësimit publik deri te publiku qëllimor, janë të nevojshëm **kanalet përkatëse të komunikimit**. Kjo përfshinë: konferenca për medija, paketën me informatat e shkurtëra të rëndësishme debatin publik, konferencën për kreatorët e politikës, etj.

VI - Hapi vijues është zgjerimi i bazës së **përkrahjes** me ndërtimin e aleancave, me antarë tjerë të shoqërisë civile: grupe, individë ose organizata që kanë mendime të njejta dhe dojnë ta mbështesin temën.

VII - Kur është definuar pse, çka, si dhe me kend fillohet procesi i përfaqësimit publik, duhet të planifikohet edhe me çka? **Grumbullimi i mjeteve** nënkupton mobilizimin e të gjitha resurseve disponuese (njohuria, shkathtësia, të hollat, pajisjet, lokalet, materialet, volonterët...) të nevojshme për përkrahje.

VIII - Përfundimisht, **aplikimi** i strategjisë së përfaqësimit publik duhet të përpunohet në detaje me hartimin e planit aksional (kush, kur, ku...)

IX - **Grumbullimi i të dhënave** dhe analiza e informatave është bazë e nevojshme për secilin hap të përmendur në procesin e përfaqësimit publik, prej zgjedhjes së temës së rëndësishme, kërkimit të zgjidhjes, gjetjes së bashkëmendimtarëve, hulumtimit të pozitave të publikut politik, grumbullimin e mjeteve, planifikimin e aplikimit, përcjelljen e rezultateve dhe vlerësimin e suksesit. Ky është hap vijues/permanent.

X - **Mbikqyrja dhe vlerësimi i suksesshmërisë** (*monitoring & evaluation*) zhvillohen gjatë tërë procesit të përfaqësimit publik. Para ndërmarrjes së fushatës së përfaqësimit publik, është me rëndësi të vendoset kush dhe si do ta përcjell planin e aplikimit, të vlerësohet suksesshmëria ose të maten rezultatet. Duhet të vlerësohet realisht çfarë shkalle e ndryshimit mund të pritet në politikë, programet ose finansimin, si rezultat i këtyre përpjekjeve? Thënë më preciz, çka do të bëhet ndryshe pas përfundimit të fushatës së përfaqësimit publik. Si do tëa dini se situata është ndryshuar?

Edhe njëherë e theksojmë se hapat janë dhënë me qëllim të kuptimit më të mirë të procesit të planifikimit të përfaqësimit publik. Është fakt se gjërat më pak ose më shumë do ti përcjell një rrjedhë e caktuar, por nuk do të thotë se rradhitja e këtillë është e obligueshme. Në praktikë do të jemi të detyruar edhe ta ndërrojmë radhitjen, prandaj është me rëndësi të dihet se këtu flasim për një strukturë fleksibile, e cila mundëson ndryshimin e shpejtë të strategjisë nëse për të paraqitet nevoja.

Paraqitja skematike e radhitjes së hapave në procesin e përfaqësimit publik



Sado që problemi i vërejtur të jetë i madh e urgjent, me rëndësi është që para lëvizjes në aksion ta mendojmë strategjinë e veprimit. Më herët kemi përmendur 10 elemente (hapa) kyçe të procesit të përfaqësimit publik dhe faktin se në praktikë dhe në terren radhitja e tyre mund të ndryshojë ndërsa kohëzgjatja të shkurtohet ose të zgjatet. Mirëpo, adaptimi në rrethanat reale nuk do të duhej të thotë se çdoherë e ndryshojmë planin nga rrënja, duke reaguar ekskluzivisht sipas principit «tani edhe këtu», duke harruar se çka kemi desht të arrijmë dhe për kend. Nëse në fillim bëjmë përpjekje dhe e bazojmë mirë strategjinë tonë, nuk do të jetë e nevojshme të vrapojmë «si miza pa kokë» dhe në çdo moment ta tërheqim dikë për dore. Zhvillimi i strategjisë së frytshme të përfaqësimit publik përfshinë: hulumtimin e gjithmbarshëm, qëllimet e formuluar, zgjedhjen e taktikës së duhur dhe punën me të tjerët.

TË HULUMTOSH NËNKUPTON:

- Të grumbullohen dhe të përcillen informatat publike
- Të sigurohet qasja në informatat zyrtare

- Të parashihet hapi vijues i palës tjetër
- Të dihet ku ekzistojnë resurset plotësuese

Të jesh i informuar mirë është pjesa kyçe e përfaqësimit publik. Është e nevojshme të grumbullojmë sa më shumë të dhëna për çështjet që na interesojnë, për të kuptuar saktësisht se çka po ndodh momentalisht dhe cilat alternativa mund të jenë të ofruara. Informatat janë gjithkund, në gazeta, në televizion, në web faqet e trupave komunale e shtetërore, në publikimet e statistikës zyrtare, në raportet nga mbledhjet e organeve kompetente të pushtetit, në raportet e organizatave të shoqërisë civile...

Për qasje në informatat që kanë të bëjnë me problemin, e pjesë janë të dokumentacionit zyrtar të trupit përkatës, duhet ti drejtohem drejtoratit të administratës që për të është kompetent. Respektimi i procedurave, plotësimi i formularëve dhe paraqitja e kërkesave zyrtare ndonjëherë mund të na nervozojë dhe të na nxitë që deri të të dhënat e dobishme të vijmë në mënyrë joformale, por kjo na ngushton hapësirën për shfrytëzimin e mëvonshëm. Nëse kemi respektuar procedurën e nuk e kemi marr informatën atëherë mund të thirremi në ligjin për qasjen në informata dhe kështu ta shtojmë presionin.

Kur e kalojmë kohën e caktuar duke hulumtuar problemin tonë, qëndrimin e institucionve kompetente dhe të personave të cilët marrin vendime, si dhe atë se çka punojnë dhe flasin të tjerët të cilët merren me çështjen e njejtë, do të kemi rast që të parashohim vërejtjet dhe reaksionet e palës kundërshtare. Kjo mund të jetë përparësi e rëndësishme, sepse argumentimi i përgatitur mirë dhe me kohë është shans i shkëlqyshëm që dikend ta përfitojmë ose ta mbrojmë idenë.

I - PROBLEMI/TEMA E PËRFAQËSIMIT PUBLIK

Dy hapat e parë në procesin e përfaqësimit publik janë zgjedhja e temës dhe zhvillimi i qëllimit edhe i detyrave. Këto pjesë të procesit përbëjnë një nga punët më sfiduese ekonomike të cilat qëndrojnë para grupit. Për ti kryer me sukses këto hapa, nevojitet aftësi të analizimit të ndërlikueshmërisë së mjedisit dhe të lidhshmërisë reciproke të problemit, gjetja e **zgjidhjes politike** për problemin e zgjedhur, synimin në rezultatin afatgjatë dhe gjetja e detyrave afatshkurtëra. Kualiteti i angazhimit në këtë sferë do të ketë ndikim të rëndësishëm në suksesin e hapave të ardhshëm. **Këto elemente janë temel i përfaqësimit efikas publik.** Pa tema të qarta dhe qëllimin e definuar mirë, hapat tjerë do ta humbin fokusin.

ZGJEDHJA E TEMËS

TEMA e përfaqësimit publik është problem ose situatë e cila kërkon zgjidhje politike. Temat mund të jenë me rëndësi ndërkombëtare sikurse: përdorimi i minave të shkelura, kushtet siguroese të punës, shfrytëzimi seksual i grave dhe i vajzave... Njerëzit në të gjitha meset dëshirojnë dhe mund të ndikojnë në çështjet të cilat i përkasin jetës së tyre në sferat më të ndryshme: jobarazia shoqërore, pozita e grupeve pakicë, papunësia, shkelja e të drejtave të njerëut, rritja e kriminalitetit, korrupsionit, narkomanisë, dhunës në familje, mosarritshmëria e objekteve dhe lokaleve publike për personat me invaliditet, shkatërrimi i ambientit jetësor ose lënia pasdore e trashëgimisë kulturore. Me rëndësi është se zgjedhja e temës nuk bazohet në informatat senzacionale ose të paverifikuara.

Organizatat joqeveritare duhet të merren me temat që janë në pajtim me misionin e tyre, të pasqyrojnë problemet e shfrytëzuesve dhe të bashkësisë në të cilën veprojnë. Organizatat dhe grupet, të cilat merren me përfaqësimin publik, ballafaqohen shpesh me shumë probleme, e në kuadër të një problemi mund të ekzistojnë një sërë çështjesh. Nuk duhet të thuhet se një organizatë, bile edhe një koalicion, nuk mund të luftojë njëkohësisht për të gjitha problemet dhe çështjet, por me krijimin e zgjidhjeve graduale, hap pas hapi, qytetarët mund të arrijnë me sukses deri te ndryshimet e vërteta shoqërore.

Prandaj për fillim, propozojmë që me qëllim të shqyrtimit më të mirë të temës të jepni përgjigje në pyetjet: *Në kend ndikon problemi? Cilat janë pasojat e problemit? A punon ndokush në zgjidhjen e problemit? Cila është zgjidhja politike e problemit? A është lehtë e arritshme apo jo?* Përgjigja në këto pyetje nënkupton se posedoni me informatat më të rëndësishme. Qysh këtu definoni zgjidhjet politike, të cilat janë shumë me rëndësi në përfaqësimin publik, ***sepse pa zgjidhjen politike nuk ka as përfaqësim publik***. Duke kërkuar zgjidhjen efektive të problemit të vërejtur, ndoshta do të njiheni se ndryshimi mund të arrihet edhe me qasje tjetër, e jo vetëm me përfaqësimin publik (ju përkujtojmë se për qasjet e ndryshme është folur më herët).

Shembull:

Dhuna në familje është problem i përhapur gjerësisht me shkaqet e shumëfishta: varfëria, paragjykimet, tradita, niveli i ulët i informimit, ngadalësia e sistemit të jurisprudencës në aplikimin e ligjeve ekzistuese, kompetencat e paqarta në prevencionin e dhunës, koordinimi i keq i institucioneve kompetente në mbrojtjen e viktimave, azhureteti i pamjaftueshëm i shërbimeve të intervenimit, ndjesia e dobët e policëve për problemet e viktimave... Qasjet e mundshme në zvogëlimin e dhunës familjare mund të jenë:

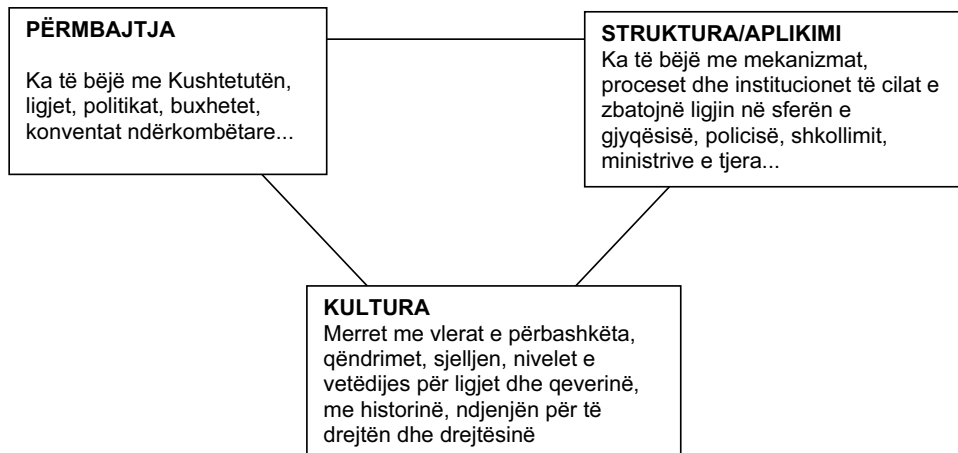
- Fushata për ngjitjen e vetëdijes – *nuk është përfaqësimi publik por IAK*
- Ministria e Drejtësisë të aplikojë ligjin ekzistues, i cili merret me dhunën familjare – *është përfaqësimi publik sepse përfshin aktivitete të gjera për arritjen e përgjigjes/veprimit politik*
- Kryeshefi i policisë lokale të fillojë dhe finansojë trajnin nga sfera e dhunës familjare për policët – *është përfaqësim publik sepse nënkupton vendimin politik të arritshëm për grupet lokale*

Shkak i shpeshtë i vështirësisë në përfaqësimin publik është mendimi preambicioz për **zgjidhjen e mundshme politike** e cila do ta zbutë ose eliminojë problemin e vërejtur.

Për të orientuar drejt kërkesat tona duhet të hulumtohen shkaqet e problemeve, zgjidhjet ekzistuese ligjore, dekretet dhe vendimet të cilat janë në aplikim. Gati se është e tepërt të thuhet se sa është e rëndësishme të jemi mirë të informuar, e që për ta rritur këtë duhet të merremi me *Hulumtimin* e paraqitur më herët.

Kur e definojmë temën/problemin qartë, me të cilën do të merremi vijon hulumtimi plotësues dhe analiza e thellë e problemit. Në këtë drejtim mund të na ndihmojë modeli i **trekëndëshit analitik**, veglën të cilën e zhvilloi Margaret Schuler, për të ju ndihmuar njerëzve të cilët merren me përfaqësimin publik që ti qasen në mënyrë strategjike analizës së problemeve me të cilat merren. Kjo vegël konsiderohet njëra ndër më të rëndësishmet në zhvillimin e fushatës së përfaqësimit publik (VeneKlasen & Miller, 2002). Siç tregon emri, çështja përpunohet nga këto tri aspekte: **1. Përmbajtja-dispozitat**; **2. Struktura e aplikimi**; **3. Kultura**

Paraqitja grafike e modelit të trekëndëshit analitik



Përmbajtja/dispozitat – Gjatë ballafaqimit me problemin, së pari është e nevojshme hulumtimi i dispozitave (ose çështjet të cilat përmenden këtu si Përmbajtje), të cilat kanë të bëjnë me problemin ose çështjen e parashtruar. Përmbajtja mund të përfshijë ligjet ekzistuese, vendimet, të drejtën ndërkombëtare, ligjin për vetëadministrimin lokal, vendimet e Kuvendit komunal/të qytetit, etj. Konkretisht, mund të verifikojmë se a ekziston akti i caktuar juridik, a e rregullon mirë çështjen lidhur me problemin e zgjedhur, a është vjetërsuar, a ekzistojnë „vrima“ në të.

Struktura e aplikimi – sigurisht secili prej nesh mund të përmendim shembullin e ligjit, vendimeve ose formave të politikës, të cilat ekzistojnë, por nuk aplikohen ose nuk aplikohen në tërësi (shembulli i Ligjit për ndalimin e përdorimit të duhanit, i cili kërkon që personave të mitur mos ti shiten cigare, dëshmon, se edhe pse në vendin e shitjes ekziston paralajmërimi, rrallë kush e respekton). Shkaqet janë të shumëta se pse ligjet, vendimet dhe aktet tjera juridike nuk aplikohen për shembull për aplikim është i nevojshëm personi i stërvitur, ose mjetet e nevojshme të cilat mungojnë, ose personat përgjegjës nuk janë të interesuar për aplikimin e tij. Prandaj është e nevojshme të hulumtohet se ligjet a aplikohen dhe shkaqet (një ose më shumë) për shkak të të cilëve ato nuk aplikohen.

Kultura – të veprësh në planin kulturologjik në të cilin diskutohet për bindjet dhe traditat është shpesh më e vështirë se sa ndryshimet e ligjeve dhe të politikave. Gjatë hulumtimeve duhet të japim përgjigje në pyetjet e rënda: *Cili aspekt i kulturës ndikon në atë që problemi të mbahet? Çfarë sistemi i besimit përkrah statut quo? Në çfarë aspekti të kulturës mund të kërkohet përkrahja për ndryshime e cila na është e nevojshme?*

Gjatë ballafaqimit me problemin, duhet të hulumtohet edhe kush është drejtpërdrejt kompetent, në çfarë niveli miratohen vendimet lidhur me temën (administrata shtetërore, pushteti lokal, qeveria, kuvendi, etj), siç është e nevojshme të dihen edhe procedurat (Procedura legjislativë në Republikën e Serbisë, Procedura e miratimit të Ligjeve në Qeverinë e Republikës së Serbisë, Procedura e nxjerrjes së akteve në kuvendin komunal/të qytetit, Procedura e miratimit të akteve në këshillin komunal/qytetit) për të cilën është bërë fjalë në kreun e mëparshëm.

Shembulli i problemit mirë të zgjedhur dhe të analizuar

Nxënësit/set e klasës VI të SHF „Gjorgje Krstiq“ nga Zharkova në Beograd, në kuadër të mësimit të lëndës edukata qytetare, gjatë shqyrtimit të njësisë – të kompanisë së vogël lokale kanë pasur detyrën fillestare të analizojnë problemet që kanë të bëjnë me ta. Prej problemeve të shumëta, si problem prioritar e kanë zgjedhur problemin e interesimit të madh të nxënësve të shkollës për daljen në bastore. Ata kanë njohur pasojat, të dukshme nëpërmjet dukurisë së hovshme të vonimit masiv në orët e mësimit, çka ka ndikuar drejtpërdrejt në nivelin e interesimit për mësim në përgjithësi, është shprehur në suksesin në shkollë, si dhe prirjen gjithnjë e më të madhe për bixhoz.

Nxënësit kanë kryer të gjitha hulumtimet e nevojshme dhe kanë ardhë deri te konkluzioni se ekziston regulativa ligjore për hapjen e bastoreve, se gati në të gjitha bastoret kanë vënë në vende të dukshme paralajmërimin se i ndalohet personave të mitur prezenca, se është i obligueshëm legjitimimi i personave të rinjë, mirëpo nuk është paraparë se sa larg institucioneve arsimore mund të hapen bastoret. Kanë konkluduar se edhe personave të mitur iu është mundësuar qasja në bastore, se verifikohet rrallë mosha e të rinjëve që vijnë. Pas analizës së mirë të problemit ata kanë definuar zgjidhjen politike që ka të bëjë me atë se Kuvendi i Komunës së Çukaricës të marrë vendimin për ndalimin e bastores në afërsi të shkollës. Edhe pse më parë kishin planifikuar të kërkojnë ndalimin e punës së bastoreve në largësi prej 1500 metrave prej shkollës, analiza e thellësishme ka treguar se kjo do të mbyllte bastoret në tërë territorin. Kanë kuptuar se kjo në momentin e dhënë është e pamundur të pritët edhe se është e mjaftueshme nëse bastoret largohen prej shkollës.

Tema ka hasur në interesim shumë të madh, së pari në qarqet e shkollës, mandej janë interesuar mediat (televizionet: RTS e FOX, gazetat „24 sata“ e „Blic“), e edhe kryetari i Komunës së Çukaricës, prefekti i Beograsit, Dragan Gjillas si dhe mbrojtësi i qytetarëve. Fushata e tyre e vogël ka vënë në lëvizje edhe palët tjera të interesuara dhe ka kontribuar që të miratohet vendimi në nivelin e qytetit se bastoret nuk mund të vendosen/të punojnë në largësi më të vogël se 150 metra prej shkollës. Gjithashtu edhe komunat e qytetet tjera kanë përkrahur këtë iniciativë dhe sipas të gjitha gjasave ajo do të përkrahet edhe në nivelin republikan.

II - QËLLIMI DHE DETYRAT

Përcaktimi i temës dhe definimi i qëllimit të përfaqësimit publik janë temel i procesit efikas, sepse pa to, hapat tjerë mund ta humbin fokusin.

Qëllimi i përfaqësimit publik është rezultat afatgjatë, të cilin dëshirojmë ta arrijmë, ky është vizioni ynë i ndryshimit të politikës, programit ose të ndarjes së mje-teve. Deklarata për qëllimin duhet të jetë e kuptueshme, e pranueshme dhe që prapa saj të shihet qartë **ÇKA** dëshirojmë:

- Çfarë **ndryshimi** të politikës?
- Përshkak të cilës **grup të qytetarëve** inicohet përfaqësimi publik?
- Cili është **territori** i kompetencës së marrësit të vendimit ose e aplikimit të politikës?
- Në çfarë **mënyre** mund të arrihet ndryshimi?

Qëllimi i qartë është zgjidhja konkrete të cilën e ofrojmë ose e kërkojmë nga kreatori i politikës dhe për të cilin kërkojmë mbështetjen e bashkëpunuesve. Suksesi i procesit të iniciuar varet në masë të madhe prej qëllimit të parashtruar të vlefshëm, të bazuar në analizën e të dhënave të grumbulluara për çështjen kontestuese dhe të vlerësimit të mirë se çka konkretisht duhet të ndryshohet për ta zvogëluar ose eliminuar problemin e ndonjë grupi të qytetarëve në territorin e caktuar.

Problemet me të cilat merremi mund të jenë jashtëzakonisht komplekse. Për të arritur sukses në përpjekjet tona, qëllimi i parashtruar duhet të jep përgjigje në këto pyetje: A mund lidhur me të të tubojmë grupe të ndryshme dhe të krijojmë koalicionin e suksesshëm? A është qëllimi i aritshëm? A do të ndikojë me të vërtetë në problem?

Meqë temat dhe problemet e ndryshme shpesh janë të ndërlidhura në mënyrë reciproke, ky është momenti të vlerësojmë mundësitë vetanake dhe të zgjedhim qëllimet për realizimin e të cilëve realisht kemi kapacitete. Ata të cilët synojnë të përmirësojnë të gjitha menjëherë, më së shpeshti pranojnë rrezikun që të mos ndryshojnë asgjë. Është e

rëndësishme të orientohemi në qëllimet që janë reale, të realizueshme dhe që e vlejné të punojmë. Pa marrë parasysh se si rezultat definitiv e presim ndryshimin në nivelin e një shkolle, bashkësie të vendit ose e tërë shtetit. Suksesi në realizimin e qëllimeve më të vogla na jep entuziazëm, zhvillon përvoja dhe ndërton autoritet, kështuqë në hapin e ardhshëm mund të kalojmë edhe në qëllime më ambicioze.

FORMULIMI I QËLLIMEVE PËRFSHINË:

- njohja e mirë e temës, çështjes kontestuese dhe të rrethanave momentale
- të kujdeshëm në vlerësimin e mundësive
- ndëgjimi e respektimi me kujdes i atyre , të cilët direkt i godet problemi
- vendosja e qëllimeve matëse për të mundur ta përcjellim përparimin
- të kemi kujdes për arritjen në afatin e kuptueshëm kohor

Shembulli i planifikimit preambicioz të qëllimit

Organizata lokale e grave, nëpërmjet aktiviteteve projektuese dy vite ka dhënë shërbime të suksesshme të SOS telefonit viktimave të dhunës familjare. Të përcjellur me fushatën e madhe „Shtëpia e sigurtë“, kanë nisur iniciativën që edhe komuna e tyre të ndërmerre diçka të ngjajshme. Janë angazhuar mjaftë dhe kanë bërë presion konstant te të gjithë kompetentët të lejojnë ndërtimin e objektit për këtë dedikim.

Është dëshmuar se shpenzimet e parapara i kanë tejkaluar bindshëm mundësitë e buxhetit lokal, mjete plotësuese nuk ka pasur gjasa të sigurohen, ndërsa bashkësia aq e vogël ka qenë vështirë ta sigurojë ruajtjen e fshehtësisë së lokacionit të shtëpisë së sigurtë. Edhe pse të zhgënjyera me mossauesin, me rekomandimin dhe përkrahjen e organizatës me përvojë nga qyteti tjetër, filluan analizën e kujdeshme. Kanë ardhë në dijeni se kanë disa aleatë të mirë në Qendrën për punë sociale dhe në Këshillin Komunal, se ekziston një lokal i vogël në pronësi të komunës, i cili kishte mbetur i zbrastë. Me aksionin e ri të planifikuar më mirë kanë pasur sukses në marrjen e vendimit për ndarjen e këtij lokali për nevojat e SOS telefonit.

Në hapin vijues duhet që për për secilin qëllim të parashtrorjme detyra konkrete, të cilat do të na çojnë kah ndryshimi i dëshiruar i politikës. Për suksesin në këtë pjesë të planifikimit është e nevojshme njohja e mirë e strukturës së institucioneve qëllimore dhe kompetencat e kreatorëve të politikës, të cilat merren me temën e zgjedhur. Kjo do të na ndihmojë që në mënyrë më precize të hartojmë planin bindës të komunikimit dhe të vendosim si të ndikojmë në procesin e marrjes së vendimit të kërkuar.

DETYRA e përfaqësimit publik është e caktuar, afatshkurtër, në planin aksional objektiv e orientuar, e cila kontribon në arritjen e qëllimit. Detyra e parashtruar e paqartë mund të sjellë konfuzion në pjesën e mbetur të procesit të planifikimit. Për të qenë detyra me mençuri e parashtruar (fjala angleze SMARTdo të thotë i mençur) duhet të respektohen këto **kritere**:

S (<i>specific</i>)	↔	specifik
M (<i>measurable</i>)	↔	matshëm
A (<i>achievable</i>)	↔	arritshëm
R (<i>realistic</i>)	↔	real
T (<i>time-bound</i>)	↔	kufizuar në kohë

Në detyrën e parashtruar mirë të përfaqësimit publik njihet qartë trupi politik i cila ka forcën për ta plotësuar detyrën, si dhe vendimi i dëshirueshëm politik, respektivisht këto **elemente**:

- **Akterët** politikë ose vendimmarrësit;
- **Akcioni** politik ose vendimi;
- Afati dhe **shkalla** e ndryshimit;

Paraqesim listën e pyetjeve, të cilat mund të na ndihmojnë ta verifikojmë kualitetin, detayrat për të cilat mendojmë. Detyra e qëlluar do të përgjigjet pozitivisht në shumicën e pyetjeve dhe nuk është e domosdoshme në secilën.

- A ekzistojnë të dhënat kualitative apo kuantitative që tregojnë se detyra do ta përmirësojë situatën?
- A është detyra e arritshme, e edhe me ekzistimin e opozitës?
- A do të fitoj detyra përkrahjen e shumë njerëzve? A janë njerëzit të interesuar për të ndërmarrë akcione?
- A do të kemi sukses të grumbullojmë të holla dhe resurse tjera për përkrahjen e realizimit të detyrës?
- A mund ti njohim marrësit e vendimeve të qëllimit? Cilat janë emrat dhe pozicionet e tyre?
- A ka detyra kornizë të qartë e realiste kohore?
- A kemi aleancat e duhura me individët ose organizatat kyçe për ta realizuar detyrën?
- Si do të ndihmojë detyra në krijimin e aleancave me organizatat, liderët/rat, grupet tjera të interesuara?
- Puna në detyrë a do tu jap rastin njerëzve të mësojnë dhe të kyçen në procesin e vendosje?

Madje edhe nëse ideja e parë për detyrën e mundshme plotëson vetëm 3-4 kriteret të përmendura nuk duhet menjëherë të refuzohet. Nuk është rast i rrallë që bile përgjigjet negative në këto pyetje të nxisin analizën e gjithmbarshme dhe të na jep shansin të njohim më mirë atë se në çka duhet më tej ti japim kujdes. Me rëndësi është të dihet se as përfaqësuesit më me përvojë nuk i formulojnë qëllimet dhe detyrat e fushatës së ardhshme të përfaqësimit publik «si prej dore». Suksesit i tyre bazohet në atë që të ketë sa më shumë ndryshime në procesin e planifikimit sesa të realizimit.

Shembulli i qëllimit dhe i detyrës së përfaqësimit publik:

QËLLIMJ: Të përmirësohet kualiteti i arsimit në shkollat e fshatrave

DETYRAT: Gjatë vitit 2010 në të gjitha shkollat fillore në fshatrat e komunës Peqinci të hapet vendi i punës së punëtorit social me qëllim të përmirësimit të kujdesit për fëmijët me problemet sociale (varfëria, fëmijët kronik të sëmuar...)

ZGJEDHJA E TAKTIKËS

Krijimi i asaj çka duhet të punojmë në kuadër të detyrave individuale është sfidë e madhe dhe është jashtzakonisht pjesë e rëndësishme e formësimit të strategjisë së përfaqësimit publik. Fushatat më të suksesshme të përfaqësimit publik shfrytëzojnë metodat e llojllojshme të punës, e zgjedhja e tyre më tepër varet nga natyra e temës së filluar dhe të situatës momentale politike. Aksionet që i planifikoni ti zbatoni mund të jenë shkrimi i letrave marrësve të vendimit, fushata me anë të shkrimit të letrave, shkrimi për gazetatat lokale, organizimi i demonstratave, takimet me marrësit e vendimeve, blog (faqja blog në internet).

III - PUBLIKU QËLLIMOR

SI TA ZGJEROJMË RRETHIN E PËRKRAHJES?

Keni identifikuar problemet të cilat kërkojnë aksion dhe e keni zgjedh ur qëllimin e përfaqësimit. Si mund të siguroni përkrahjen, e cila është e nevojshme për realizimin e qëllimit? Kend duhet bindur për të ndërmarrë aksionin? Kush mund të ju ndihmoj të arrini qëllimin? Qasja e cila është e orientuar kah publiku, bazuar në teknikat e marketingut shoqëror jep mundësi të dalloni, analizoni, të arrini deri te personat kyç dhe ti motivoni. Këto teknika mund të ndihmojnë që të zgjedhni njerëzit kyç të cilët janë të domosdoshëm për të pasur sukses, më mirë sesa të orvateni të veproni në të gjithë marrësit e vendimeve dhe të gjithë sektorët e shoqërisë. Për ta kuptuar nivelin e njohurisë, qëndrimet dhe bindjen të publikut të juaj qëllimor, duhet patjetër ta hulumtoni edhe publikun.

Për përfaqësimin e suksesshëm publik është e nevojshme ta njihni dhe të studioni të gjithë individët e grupet, të cilët do të mund të përkrahin temën, si edhe ata të cilët do të mund të kundërshtojnë. Publiku qëllimor është i caktuar me çdo detyrë dhe mund të jetë:

- Publiku PRIMAR qëllimor - personat ose institucionet të cilët kanë **autorizimin e marrësit të vendimit**
- Publiku SEKONDAR qëllimor – personat dhe instirucionet të cilët kanë **ndikim në marrjen e vendimit**

Para se dikush të vendos që të kyçet në procesin e vendosjes publike dhe të ndikojë në rezultatin e saj, duhet të dijë se kush janë pjesëmarrësit kryesorë të këtij procesi. Çdo situatë individuale përfshinë persona dhe kompetenca të ndryshëm, por në mënyrë gjenrale mund ti ndajmë në **gjashtë** grupe themelore:

Politikanët - përfaqësues të zgjedhur në nivelin nacional, regjional, e lokal (deputetët e kuvendit, kryetari, prefektët, kryetarët e komunave etj). Politikanët, si përfaqësues të zgjedhur të popullit duhet të tregojnë interes primar të dëgjojnë dhe plotësojnë nevojat dhe të drejtat e zgjedhësve të tyre. Kjo në pjesën më të madhe va-

ret nga njerëzit e caktuar – si vetë politikanëve, ashtu edhe zgjedhësve të cilët i kanë zgjedhur në pushtet.

Funksionarët - të punësuar në administratën shtetërore (prej kryetarëve të qeverive, nëpërnjet anëtarëve të qeverisë, deri tek nëpunësit e qarkut) dhe në vetëadministrimin lokal (prefektët dhe të punësuarit në këshillin ekzekutiv, respektivisht në qeverinë e qytetit). Funksionarët duhet të veprojnë në kuadër të kufijve që janë vendosur me kushtetutë dhe ligj. Politikanët vendosin kufizime në përzierjen e qytetarëve në punët publike, kryesisht duke shfrytëzuar principin e ‘rrebtësisht të kufizuar të pjesëmarrjes’. Prandaj funksionarët nuk janë të motivuar të dëgjojnë dhe respektojnë interesat e qytetarëve kur krijohen konceptcionet dhe programet strategjike – kur është mendimi i qytetarëve sidomos i rëndësishëm. Ky grup duhet ti nënshtrohet më së shumeti ndryshimeve, në mënyrë që mbylljen e deritashme ndaj qytetarëve ta shndërrojë në mjedis në të cilin nxitet kontrolli dhe bashkëpunimi publik me qytetarët.

Ekspertët – kryesisht ekspertët e pavarur të cilët e kanë të definuar me kontratë marrëdhënien me administratën shtetërore ose vetëadministratën lokale, edhe pse këto institucione shpesh i kanë ekspertët ‘e vetë’. Natyrisht investitorët dhe qytetarët gjithashtu mund të angazhojnë ekspertë. Miti më i madh është i lidhur mu me këtë grupë – miti për ‘të vërtetën e Zotit’ e cila rrjedh nga profesionalizmi i tyre. Ky mit është një nga shkaqet pse ekspertët kryesisht mbeten plotësisht të izoluar nga mendimi i qytetarëve.

Publiku – e përbëjnë qytetarët individual, grupet zyrtare e jozyrtare në të cilët ata janë të kyçur si dhe organizatat joprofitabile që paraqesin interesat e grupeve të caktuara të qytetarëve ose interesin e caktuar publik. Qytetarët në kuadër të kësaj grupe kanë interese dhe mendime shumë të ndryshme. Interesat e tyre mund të jenë të natyrës private ose të kthyer kah përfitimi i përgjithshëm; qytetarët mund të jenë të organizuar në grupe e shoqata ose mund të jenë si individë aktiv.

Investitorët - ndërmarrësit privat aktivitetet investive të të cilëve kanë ndikim në publik. Rëndomtë, për investitorët janë me rëndësi interesat e tyre personale qartë të definuara, së bashku me resurset të cilët iu lejojnë që këto interesa ti realizojnë. Më së shpeshti negociojnë me tri grupet e para, e rrallë me publikun. Shumë të rralla janë

situatat në të cilat për investitorët është më me rëndësi se gjithçka, përpos interesave vetanake.

Të tjerët- Ky grup i pjesëmarrësve ndryshohet për çdo problem, për shkak se çdo problem kyç pjesëmarrësit e vetë: ndonjëherë përfaqësojnë mediat, ndonjëherë sindikatat, etj.

SI TA PËRCJELLIM DINAMIKËN E FUQISË?

Për çdo detyrë të përfaqësimit publik duhet të përcaktohet publiku primar e sekondar politik qëllimor dhe të vlerësohet niveli momental i përkrahjes së tyre apo i kundërshtimit të zgjidhjes së ofruar. Analiza e hartuar mirë e raportit të fuqisë mund të jetë mbështetës i fortë për zgjedhjen e drejtimit të veprimtimit në arritjen e ndryshimit të politikës. Nuk duhet harruar se tema të cilën e kemi inicuar mund të jetë kontraverze dhe të shkaktojë emocione të fuqishme të njerëzimit, e atëherë janë të gatshëm të ndajnë resurse të konsiderueshme për mbrojtjen e qëndrimeve të tyre. Pa marrë parasyshë se a është opozita e përmbajtur ose e fortë, asaj duhet ti qasemi me respekt. Njohja e mirë e opozitës do të mundësojë pengimin e përpjekjeve të tyre me përgatitjen me kohë për hedhjen poshtë të argumenteve.

Kujdes edhe më të madhë kërkon baza e përkrahjes. Sa të jetë numri më i madhë i personave e i grupeve që punojnë në detyrat e shtruara, gjasat për sukses janë më të mëdha. Mund të ndërtohen koalicione me rrjetat tjera ose me grupet formale, të zgjerohet antarësia, të krijohen lidhje me sektorin komercial ose privat edhe/ose të krijohet përkrahja në publik. Nuk guxon të harrohen palët jo të vendosura ose neutrale. Nganjëherë investimi më i mirë i kohës dhe i energjisë është të orientohemi në bindjen e atyre me ndikim që janë neutral, të na bashkohen dhe përkrahin publikisht për ndryshimin e kërkuar. Ndoshta lista në vijim e burimeve të fuqisë mund të jetë me dobi për vlerësimin.

LLOJET DHE BURIMET E FUQISË

Autorizimet formale – dalin nga funksioni zyrtar në strukturën e cila ka privilegjin e vendosjes. Fuqinë e këtillë e posedojnë gjykatësit, funksionarët e zgjedhur, prindërit, etj.

Fuqia e ekspertëve - e bazuar në profesionalizmin në ndonjë sferë shumë specifike, ose në posedimin e informatave për ngjarjet e caktuara.

Fuqia e lidhjeve - del nga lidhjet me njerëzit tjerë të cilët kanë fuqi.

Fuqia e burimit – mundësia e kontrollit mbi burimet e vlerës (të hollat, lëndët e para, puna, shërbimet). Verzioni negativ i këtij lloji të fuqisë është mundësia që të pengohet shfrytëzimi i burimeve të nevojshme, ose fuqia që të tjerët të detyrohen të eksploatojnë burimet.

Fuqia procedurale – mundësia që të kontrollohen procedurat dhe proceset të cilët ndikojnë në marrjen e vendimeve. E pavarur është nga fuqia mbi procesin e vendosjes (psh. Fuqia e gjykatësit në komisionin gjyqësor).

Fuqia e represionit – fuqia që dikend ta vëni në situatë të pakëndshme; fuqia që të impononi sanksione direkte.

Fuqia e përvojës – del nga supozimi se është më lehtë ta mbani gjendjen momentale të gjërave (*status quo*) sesa ta ndryshoni.

Fuqia morale – rezultat i presionit të vlerave univerzale të respektuara. Lidhja e afërt me fuqinë e konvencionit e cila flet çka është e mirë, e çka është e gabuar.

Fuqia personale – bazohet në potencialin e kualiteteve personale të cilët i japin përkrahje burimeve të fuqisë së njerëzve të tjerë, duke përfshirë vetëbesimin, aftësimin e artikulimit të ideve të të tjerëve, kuptimin e situatës në të cilën gjenden të tjerët, kuptimi i asaj çka ndikon në ata, i brengosë, etj.

SI TA VLERËSOJMË PUBLIKUN QËLLIMOR?

Në këtë fazë të planifikimit duhet ta krijojmë pasqyrën e qartë për marrëdhëniet ekzistuese dhe disponimit të akterëve të ndryshëm në bashkësi, të cilët janë të rëndësishëm për suksesin e fushatës. Rëndomtë nisemi nga fakti se në bazë të përvojës e kemi pasqyrën globale për pozitat e grupeve të ndryshme të interesuara, por duhet të jemi të vetëdijsëm se ky pasqyrim sipërfaqësor nuk është i mjaftueshëm për planifikimin e mirë. Është me rëndësi që në mënyrë sa më precize të caktojmë cilët janë

njerëzit dhe institucionet e sakta të cilat duhet „ti dridhim“ për tu nisur procesi nga pika e vdekur, e pa bredhje të panevojshme dhe shpenzimet e resurseve. Përsëri është e nevojshme të grumbullohen të dhënat për të përcaktuar dhe vlerësuar mirë personat përgjegjës, partnerët e mundshëm, aleatët, kundërshtarët dhe armiqtë? Pa analizë të mirë do të jetë shumë vështirë të orientohe mi kujt, kur, për çka dhe si ti ofrohe mi për të siguruar përkrahjen e mjaftushme dhe zvogëluar rezistencën për marrjen e vendimeve politike. Duhet të shikohet drejtë spektri i gjerë i njerëzve, prej atyre që kanë pushtetin formal, deri te ata që kanë mundësi e kapacitete që në ta të ndikojnë (mediat, aleatët, partitë opozitare, opinioni, etj). Bazën mund ta gjejmë në dokumentet zyrtare, raportet, përvojat e të tjerëve, në vështirimin e aksioneve të ngjajshme më herët, nëpërmjet bisedës me ata që i njohin dhe punojnë me ta.

Analiza e publikut qëllimor më së shpeshti bëhet nëpërmjet tre hapave:

1. Identifikimi i të gjithë atyre që mund të ndikojnë në fushatën tonë;
2. Vlerësimi i raportit të fuqisë dhe të forcës së ndikimit të akterëve në sferat e qëllimeve tona;
3. Zhvillimi i strategjisë të komunikimit me secilin prej tyre.

Identifikimi i individëve, grupeve dhe institucioneve është faza e parë e analizës dhe kërkesa e përgjigjes në pyetjet vijuese mund të ndihmojë që ta ngushtojmë rrethin.

- a) Në çka e kemi qëllimin (legjislacion, administrata)?
- b) Si duket procesi formal i marrjes së vendimit/ krijimit të politikës?
- c) Në cilën fazë të procesit të marrjes së vendimit planifikojmë të intervenojmë?
- d) Cilat persona dhe/ose institucione janë formalisht të ngarkuara me sferën e temës sonë?
- e) Pse mu ata (për çka janë kompetentë dhe ku janë në shkallën e vendosjes)?
- f) Cilat janë perspektivat, situatat dhe pengesat me të cilat ata ballafaqohen?
- g) A ekzistojnë dhe cilat janë qendrat joformale të cilët mund të realizojnë ndikim të madh?

h) Çfarë ka qenë qasja e jonë ose raporti i deritashëm me secilën prej tyre?

Vlerësimi i raportit të fuqisë dhe ndikimit të akterëve të rëndësishëm në sferën e intervenimit të planifikimit tonë të ndryshimit tonë të politikës është hapi vijues. Kjo është sferë mjaftë e ndjeshme sepse konkluzionet janë shpesh të natyrës subjektive, i nxjerrim shumë shpesh indirekt, e nuk duhet harruar se janë kategori të ndryshueshme dhe matjen duhet kohë pas kohe ta përsëritim.

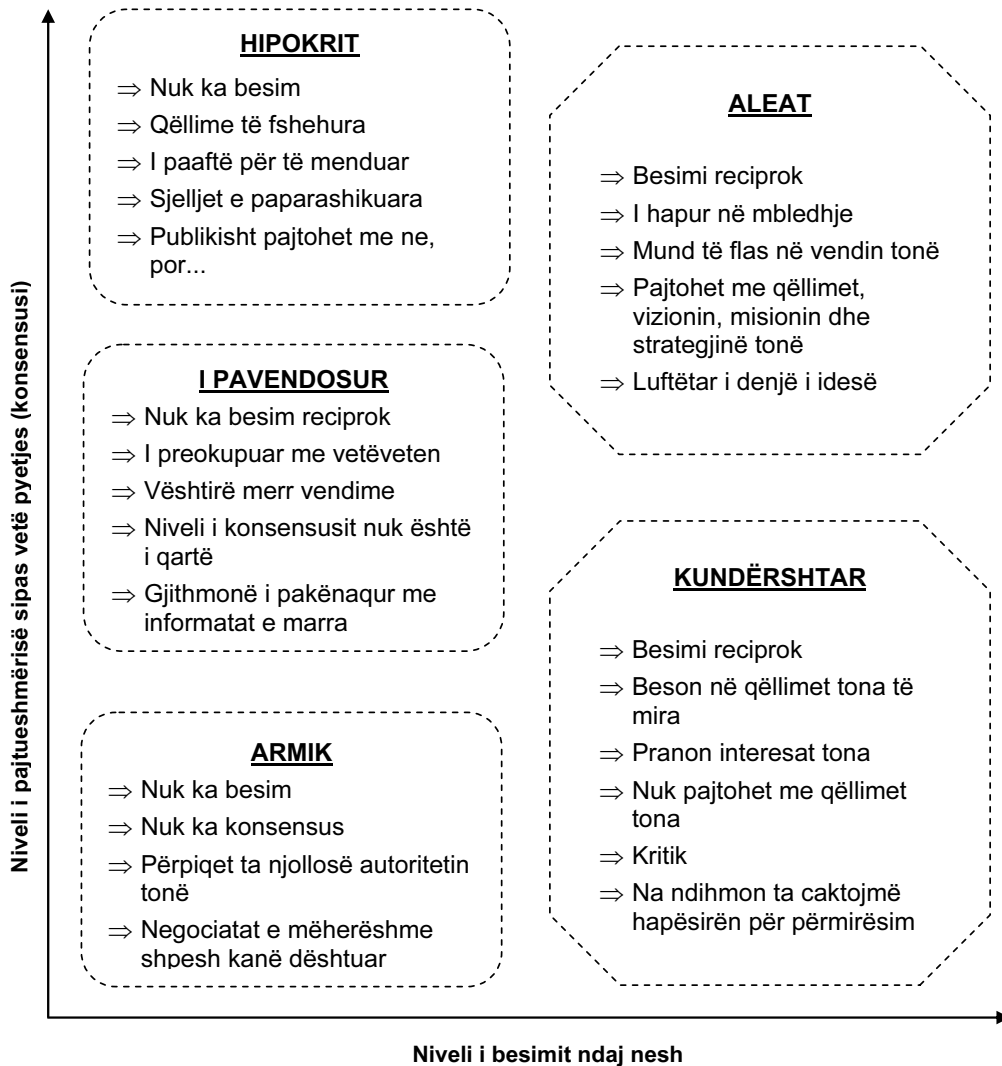
Vlerësimi ka të bëjë me akterët në bashkësi të cilët i kemi njohur në fazën e parë dhe i kemi vlerësuar si të rëndësishëm për marrjen e suksesëshme të vendimit të cilën e kërkojmë. Analiza e raporteve të fuqisë mund të bëhet në shumë mënyra, e ne propozojmë të filloni me vlerësimin e disa kategorive, për çdo publik qëllimor në veti.

Vlerësimi i publikës qëllimor (1 = keq . . . 5 = shkëlqyeshëm):

Niveli i njohjes së organizatës ose rrjetit tonë	1	2	3	4	5
Sa janë të njoftuar me temën e avokimit publik	1	2	3	4	5
Niveli i përputhjes në lidhje me temën që e inicojmë	1	2	3	4	5
Niveli i përkrahjes që na kanë dhënë më herët	1	2	3	4	5
Niveli i komunikimit tonë me ta	1	2	3	4	5
Niveli i besueshmërisë dhe i konsequencës	1	2	3	4	5
Niveli i besimit reciprok	1	2	3	4	5
Çfarë interesi ose dobie mund të ketë publiku qëllimor nga përkrahja e temës?					
Çfarë dëmi ose shqetësimi mund të ketë publiku qëllimor nga përkrahja e temës?					
Personat të cilat mund të kenë ndikim në publikun qëllimor					

Në mbështetje të analizës së bërë të këtillë mundemi më qartë ta shqyrtojmë ku, kush gjendet dhe cilës kategori i takon. Kjo mundet edhe në mënyrë grafike të paraqitet.

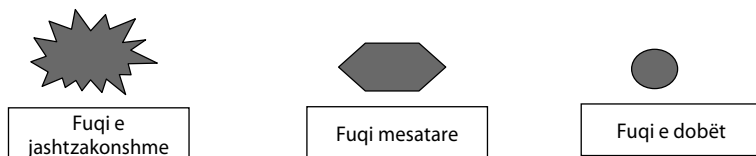
Paraqitja grafike e rrjetit të ndikimit strategjik



HARTA E FUQISË

Edhe një nga teknikat e cila shfrytëzohet për analizën dinamike të fuqisë është hartimi i HARTËS SË FUQISË. Ajo ndihmon që ti paraqesim vizuelisht rezultatet e analizës së publikut qëllimor. ashtu edhe të definojmë strategjinë e ndikimit në akterët kryesorë.

Për secilin akter zgjedhni ndonjë simbol, me madhësinë e simbolit e ilustroni nivelin e **fuqisë**. Në simbol shkruani: emrin, funksionin, emrin e institucionit, emrin e grupit...



Bëni tabelën në të cilën do të vëni simbolet, duke patur parasysh që me **pozitën** e simbolit në shkallë të pasqyroni **raportin e akterit** (përkrahja, neutral ose opozitë) sipas temës tuaj të përfaqësimit publik. Nëse akteri e përkrah shumë temën, simbolin e tij duhet ta vendosni në fund të skajit të mjetë të hartës. Nëse akteri përfaqëson opozitën,

PËRKRAHJA					NEUTRAL	OPOZITË				
5	4	3	2	1		1	2	3	4	5

simbolin duhet vendosur në anën e djathtë. Nëse dy aktera janë ngushtë të lidhur (p.sh. Drejtorja e shkollës dhe Sindikati i mësimdhënësve), simbolet mundën të përputhen ose të takohen dhe në atë mënyrë të paraqesin lidhshmërinë e tyre reciproke.

Kjo teknikë na mundëson të shohim edhe raportin e fuqive (a është numri më i madh i atyre që përkrahin temën tonë apo jo. Nëse numri më i madh është opozitë, mendohuni a duhet në këtë moment të shkohet në përfaqësim publik apo duhet të presim. Në bazë të hartës së fuqisë qartë shohim publikun qëllimor dhe kjo na ndihmon që sipas secilës prej tyre të formojmë mesazhin. Gjithashtu na ndihmon të dijmë kë do ta ftojme të na jetë përkrahje në kompaninë tonë, apo më mirë thënë kush janë partnerët tanë potencial.

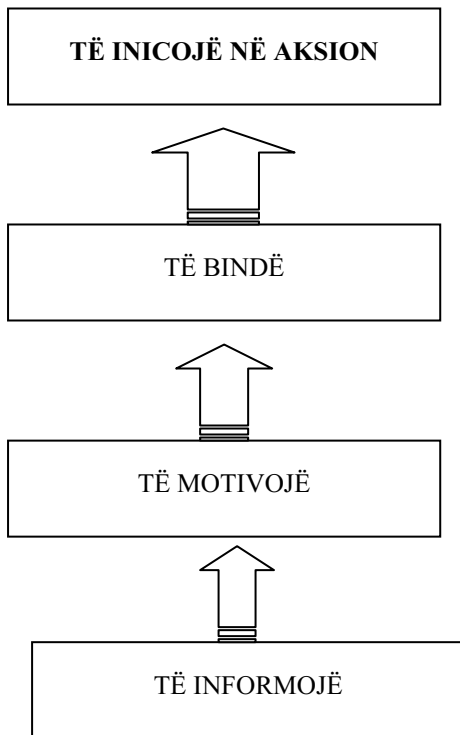
Tek bërja e strategjisë duhet të përcaktohet se a do të ndikojmë në ata që janë të pavendosur (të kthehen), apo do të lidhemi më fort për përkrahje ose do të shkojmë tutje dhe të merremi me ata që i kemi opozitë (neutralizimi i të kundërshtuarëve). Kjo punë kërkon shumë mund, energji dhe kohë prandaj duhet menduar se a do të ndikojmë edhe në ata që i kemi “opozitë të fortë”, sepse kjo ndonjëherë mund të jetë kundërproduktive.

Përfaqësimi publik i suksesshëm varet nga shkathhtësitë e bindjes dhe/ose bërjes trysni në kreatorët e politikës që të ndër marrin aksion. Kjo nënkupton analizë sistematike dhe vlersimin e publikut qëllimor si bazë për planifikimin dhe krijimin e strategjisë së komunikimit. Vetëm në bazë të të dhënave të mbledhura është e mundur të formohet mesazhi për masën e publikut dhe të zgjedhet kanali i duhur për transmetimin e tij.

Që ta planifikojmë këtë me sukses duhet të dijmë çka është komunikimi strategjik dhe të kuptojmë rëndësinë e tij. Komunikimi strategjik është çdo aktivitet i planifikuar i komunikimit që bazohet të arrijë njërin nga qëllimet e komunikimit siç vijon: të informojë, të bindë, të motivojë ose të iniciojë në aksion.

Shumë përpjekje të përfaqësimit publik kryesisht drejtohen në nivelin e parë – **informimi**. Strategjia e mirë e komunikimit nënkupton shumë qëllime dhe arritje të ndikimit më të madh. Ajo insiston të **motivojë** publikun të ndjej diçka në lidhje me çështjen e inicuar, ta bindë që të marrë pozicion të caktuar në raport me temën dhe duhet ta **shtyjë të ndër marrë ndonjë aksion**.

Modeli i komunikimit strategjik



Elementi kyç i strategjisë së komunikimit është ta kuptoj mirë publikun, ta shqyrtojë thelbin e temës nga prespektiva e saj dhe të njohë çka do të mundë ti motivojë të japin përkrahjen. Kjo ndoshta është sfida më e madhe – aftësia që të vëshesh në “lëkurën e publikut tuaj” dhe të shihni se çfarë dobie ata do të kenë përshkak se mbështetin temën. Mendoni edhe në rreziqet potencial dhe përfitimet ose përparsitë me të cilat do të përballet publiku qëllimor nëse bashkon fuqitë me juve. Për parashikimin e mirë të faktorëve që do të mund të kontribuojnë në angazhimin e individëve dhe grupeve duhet të mblidhen të dhëna të mjaftueshme për ata dhe të bëhet analiza.

IV - ZHVILLIMI I MESAZHIT

Principi kyç i strategjisë së komunikimit të përfaqësimit publik është formimi i mesazhit sipas interesave të publikut qëllimor. Mesazhi duhet t'i bindë të japin mbështetjen temës së parashtruar. Që mesazhi të arrijë me sukses te ata që i dedikohet dhe të arrijë efektet e dëshirueshme duhet të ketë **karakteristika** të caktuara:

- E shkurtë, precize, e qartë
- E thjeshtë dhe e lehtë për të mbajtur në mend
- Të shfrytëzojë gjuhë e matur
- Që përmbajtja ti përshtatet mënyrës së transmetimit
- Toni dhe gjuha në pajtim me mesazhim (serioz, qesharak, i gjallë...)
- Kredibiliteti i oratorit, dërguesit

Elementet kyçe në krijimin e mesazhit të mirë janë:

Përmbajtja – ideja qendrore e mesazhit. Cila është poenta kryesore që me mesazhin tuaj dëshironi të transmetoni? Cila është ideja bazë për të cilën shpresoni që publiku pranon nga mesazhi juaj?

Gjuha – ka të bëjë me fjalët të cilët i keni zgjedhur që ta transmetoni mesazhin tuaj. A është zgjedhja e fjalëve e qartë, apo mund të ndodhë që publiku i ndryshëm ta interpretojnë ndryshe? A është gjuha e juaj e përshtatshme për publikun tuaj qëllimor? E qartë është që do të përdorni gjuhën e ndryshme kur doni të pëlqejnë profesorët e universitetit ose kur komunikoni me një grup njerëzish të rinjë.

Dërguesi/burimi – personi që kumton mesazhin. A është dërguesi person që ngjallë besim publikut tuaj qëllimor? A është e mundur që si dërgues të mesazhit, të kyçen përfaqësuesit e bashkësisë në të cilët do të ndikojnë ndryshimet e politikës? P.sh. a mundeni ta ftoni liderin e bashkësisë që tu bashkohet në takimin me marrësit e vendimeve?

Koha dhe vendi – kur dhe ku do ta komunikoni mesazhin e juaj të përfaqësimit publik. A është ndoshta në vijim e sipër fushata zgjedhore për shkak të së cilës kreatorët e politikës do të mundën më lehtë ta përkrahin mesazhin e juaj sesa ndryshe? A zhvillohet ndonjë ngjarje politike me të cilat mund të ndërlidheni për të siguruar vëmendje më të madhe për temën tuaj? Disa grupe të përfaqësimit publik ndërlidhin strategjinë e tyre të komunikimit me ngjarjet siç janë Dita e grave ose dita Botërore e luftës kundër SIDËS.

Formati/mediat – kanalet e komunikimit që shfrytëzohen për bartjen e mesazheve, të cilat janë më të efektshme për të ardhur deri te publiku juaj. Ato mund të jenë:

- Takime ballë për ballë
- Pllakatat, afishet
- TV, radio ose reklamat bilbord
- Nënshkrimi i petitionit
- Protestet publike
- Debatet
- Kumtesat për publikun
- Konferencat për media
- Forumet politike etj.

Vendimi definitiv për zgjedhjen e formatit për bartjen e mesazhit varet nga disa **faktorë: çmimi, rreziku dhe shikueshmëria.**

KRIJIMI I MESAZHIT

Për të qenë të sigurtë se esenca e mesazhit do ti bartet publikut edhe/ose marrësve të vendimit në periudhën e kufizuar kohore (emetimi në radio ose TV, citati në shtyp, takimi i shkurtër me publikun qëllimor) duhet efektshëm të krijohet. Hulumtimet kanë treguar se gjatë bindjes së njerëzve për ta ndryshuar mendimin për ndonjë çështje, ndikim më të madh kanë:

- Burimi i besueshëm
- Të dhënat bindëse
- Tregimi me përvojën personale të dikujt

Në këto parime është bazuar “**Mesazhi prej një minuti**” i cili përmban katër komponente:

1. DEKLARATA
2. DËSHMIA
3. SHEMBULLI
4. FTESA NË AKSION

Shembulli i mesazhit prej 1 minuti:

- deklarata:** Dhuna mbi gratë është problem i madhë shoqëror, i cili te ne gjatë tolerohet heshtur, që për pasojë ka rritjen e dhunës në territorin e komunës sonë. Duke marrur parasysh se si pjesëmarrës indirekt të rrezikuar janë edhe fëmijët, atëherë është e evidente se duhet bashërisht të ndërmarrim masa urgjente me qëllim të eliminimit të kësaj dukurie.
- dëshmia:** Në Komunën XY numri i viktimave të paraqitura të dhunës rritet, në vitin e kaluar ishin të regjistruar 200 raste të dhunës në familje ndërsa në vitin 2007 janë regjistruar 170 raste
- shembulli:** Në punën e përditshme kemi probleme të mungesës së kohës dhe të mundësisë që secilës viktimë ti japim përkrahjen kualitative juridike e psiko-sociale. Për shembull, dje ka ardhur viktimja e dhunës e cila nuk e ka marrë ndihmën adekuate, sepse punëtorët profesional në dispozicion kanë qenë të angazhuar në aktivitetet e rregullta dhe nuk kanë qenë në mundësi që ti japin ndihmën momentale juridike.
- ftesa:** Ftojme marrësit e vendimeve të KK XY ta mbështesin hapjen e zyrës për përkrahjen juridike e psiko-sociale për viktimat e dhunës në familje.
-

Në shembullin e paraqitur është e qartë se mesazhi i është dërguar marrësve të vendimeve në kuvendin e komunës, një nga mënyrat më të suksesshme ta tërheqni vëmendjen në çështjet që i përfaqësoni publikisht dhe të siguroni përkrahjen për qëllimet e juaja është që publikun e juaj ta ndani në grupe dhe të krijoni mesazhe në të cilin secili grup do të përgjigjet. Para së gjithash, duhet të bëhet hulumtimi i vogël dhe ta ndani publikun.

Duhet pasur parasysh kend dëshirojmë ta interesojmë me kumtesën të cilën e transmetojmë. Ata mund të jenë: opinioni publik, ligjvënësit dhe politikanët tjerë, institucionet, administrata shtetërore, biznismenët, bashkësia specifike (fetare, etnike...), mediat, etj. Për secilën nga këto grupe duhet të përshtasim përmbajtjen e mesazhit dhe mënyrën me të cilën e transmetojmë. Gjatë krijimit dhe transmetimit të mesazhit duhet patur prasyshë tri gjëra të rëndësishme:

- E dërgoni mesazhin e njëjtë me kanalet e ndryshme në periudhën e gjatë kohore.
- Mesazhi nuk mund të absorbohet brenda natës, kështu që përsëritja është me rëndësi vitale. Përpiquni ta transmetoni mesazhin në mënyra të ndryshme dhe duke shfrytëzuar fjalë të tjera, në mënyrë që mos të jetë i lodhshëm.
- Kujdesuni që mesazhet e juaja ti dërgojnë në burimet të cilëve publiku iu beson dhe kanë autoritet. Ndonjëherë bartësi i mesazhit është për qëllimin përfundimtar më i rëndësishëm sesa përmbajtja e vetë mesazhit.
- Krijoni mesazhin të cilin publiku e kupton. Shfrytëzoni gjuhën e grupit të cilin e keni për qëllim.
- Prezantimet i hartoni të thjeshtë dhe lehtë të kuptueshëm.

Publiku i gjerë – Shikuar në përgjithësi, publiku i gjerë është shfrytëzuesi përfundimtar i programit të përfaqësimit, prandaj është e dobishme që të sigurohet përkrahja e tyre. Publiku motivohet më së miri me kumtesat e thjeshta, të qarta, koncize të cilat kërkojnë aksion. Statistikat janë të dobishme por kujdesuni që numrat të fitojnë anën njerëzore të tregimit ashtu që do të veproni njëkohësisht edhe në mendje e edhe në ndjenja. Mos harroni se njerëzit para së gjithash dëshirojnë të dijnë se si programi i juaj do të ndikojë drejtpërdrejt në ta.

Ligjvënësit dhe personat me ndikim – Pjesa më e madhe e aktiviteteve të juaja do të orientohet në ligjvënësit (përfaqësuesit e pushtetit, ministrat, anëtarët e parlamentit, prefektët/kryetarët e komunave, antarët e këshillave komunal, këshilltarët, etj) dhe në njerëzit të cilët mund në ta të ndikojnë. Për ata duhet përgatitur qasje tjetër. Vetëm grumbulli i të dhënave nuk do ti impresionojë. Për të arritur fjalët e juaja deri te ata, përgatitni prezantimin konciz, të fortë dhe bindës – iu mundësoni që të dhënat e marra qysh në të njejtën kohë mund ti shfrytëzojnë për fjalimet e tyre politike. Ta keni parasysh se ata i dojnë tregimet e tyre të bëra me detaje. Me të dhëna veproni në mendjen e tyre por qartë ia bëni me dije se me angazhimin e tyre do të nxjerrin edhe dobi personale. Ata duhet ta kuptojnë problemin, por mos e lëshoni rastin që ti bindni se si veprimin e tyre do ta vlerësojnë e shpërblejnë zgjedhësit ose partnerët afaristë. Argumentet ekonomike (zvogëlimi potencial i buxhetit ose të mirat tjera) poashtu janë të dobishme. Ligjvënësit poashtu dëshirojnë që ti thoni saktësisht se çka pritni prej tyre të ndërmarrin dhe kush ende ju përkrah.

Institucionet e mbrojtjes sociale (qendrat për punë sociale, qendrat gjerontologjike, shtëpitë për fëmijët pa kujdesin e prindërve e të ngjajshme.) – Ata janë çdo ditë në kontakt me njerëzit dhe prej jush nuk dëshirojnë të dëgjojnë ndonjë tregim të dhembshëm. Atyre duhet ti jipen numrat solide, të forta, shumë fakte e të dhëna të cilët mund ti shfrytëzojnë për marrjen e mjeteve nga buxheti. I ndihmoni me propozimin e programeve të reja për zgjerimin e veprimtarisë.

Administrata shtetërore – Nëse dëshironi të ndikoni në mënyrën e tyre të interpretimit të ndonjë dispozite ose të zbatimit të regullativës së caktuar ligjore, prezantimi i juaj duhet të jetë shumë kualitativ dhe i përcjellur me pasqyrimin e qartë të pasojave të (mos)zbatimit të masave të caktuara.

Biznismenët – Edhe ata, si politikanët, më së miri reagojnë në të dhënat të cilat janë të lidhura për sferën e tyre të interesit dhe në ta ndikojnë esencialisht.

Bashkësitë, gupet specifike (fetare, etnike..) – Në këtë rast të dhënat duhet drejtpërdrejt të lidhen për interesat e tyre specifike, tregimet shumë të caktuara, përvoja vetanake.

Mediat – Mediave iu interesojnë ato tregime të cilat do ta preokupojnë vëmendjen e publikut të gjerë. Ata dojnë që përvojën personale të dikujt ta shfrytëzojnë si shembull. Ta keni parasysh se gazetarët dhe redaktorët nuk kanë kohë për leximin e tregimeve të gjata. Atyre duhet dhënë informata të reja, të shkurtëra, të qarta dhe interesante, koncize me esencën e theksuar.

V - KANALET E KOMUNIKIMIT

Në hapun e mëparshëm në planifikimin e fushatës së përfaqësimit publik kemi theksuar se **kanalet e komunikimit** (formatet ose mediat), të cilat shfrytëzohen për komunikimin e kumtesave, janë shumë të rëndësishme për komunikimin e kumtesave të juaja dhe duhet ti zgjedhim ato që janë më efektive për të ardhur deri tek publiku i juaj. Ato mund të jenë:

- Fjalimet dhe prezantimet
- Letrat
- Takimet ballë për ballë
- Pllakatet, afishet
- TV, radio ose reklamato bilbord
- Nënshkrimi i peticionit
- Protestet publike
- Debatet
- Kumtesat për publikun
- Konferencat për media
- Forumet politike etj.

SHKRIMI I LETRAVE

Nëse vlerësojmë se marrësit e vendimit nuk janë mjaft të informuar për temën që e inicojmë, atëherë me siguri do të orientohemi që tu dërgojmë me anë zyrtare **letër individuale**. Ajo na jep rastin që në mënyrë të qartë dhe të argumentuar ta paraqesim problemin, pasojat dhe çka propozojmë të punohet për këtë çështje. Letra e menduar mirë dhe e shkruar në mënyrë pedante mund ta tërheqë vëmendjen e tyre plotësuese nëse e njohin se jemi angazhuar shumë të grumbullojmë informata dhe të vejmë kontakt me ta. Nëse kemi bazën e gjërë të përkrahjes, e kreatori i politikës nuk është mjaftë i bindur se çështja të cilën e kemi inicuar është me rëndësi për numrin e

madh të qytetarëve, atëherë taktika më efektive është që **shumë njerëz menjëherë të dërgojnë letra** në adresën e njejtë.

FJALIMET DHE PREZANTIMET

Puna në përgatitjen e fjalimit ose të prezantimit mund të ndahet në **10 hapa**.

- E definoni qëllimin e fjalimit ose të prezantimit se a dëshironi ta bindni publikun që diçka të ndërmerr ose dëshironi të informoni për ndonjë temë? A dëshironi ti inspironi ose ti bindni në diçka?
- Përcaktojeni publikun qëllimor. A dijnë diçka ata për temën për të cilën do të flitni? A janë për të të interesuar? A janë simpatizues të kësaj teme? Në këtë ju ndihmon analiza e bërë më parë e publikut qëllimor dhe harta e fuqisë.
- Bëhuni të sigurtë se dini mjaftë për temën për të cilën do të flitni.
- Caktojeni çka dëshironi të dijnë, të mësojnë dhe të mbajnë mend njerëzit që iu drejtoheni. E shkruani qëllimin e fjalimit tuaj në rreth 25 fjalë.
- Shkruani tri gjëra që dëshironi dëgjuesit ti mbajnë në mend. E ilustroni secilën me ndonjë shembull, tregim apo anekdotë të cilat do të krijojnë imazhin dhe do të mbeten në kujtim të dëgjuesve në publik.
- Përkufizojeni përmbajtjen e prezantimit duke shfrytëzuar citate, statistikën, shembuj dhe informata tjera interesante.
- Shkruani fjalën hyrëse, deklaratën me të cilën do ta tërhiqni vëmendjen e publikut.
- Shkruani fjalën përfundimtare. Synoni me përfundim të fortë. Ajo duhet të jetë deklarata në të cilën së bashku i ftoni në aksion, e parashikoni ardhmërinë, hartoni deklaratën, kthehuni në komentet e juaja hyrëse dhe e rezymoni qëllimin e juaj themelor, e në këtë pjesë ju ndihmon kumtesa e përgatitur më parë prej 1 minuti.
- Të dini më tepër për programin në kuadër të cilit flitni. A jeni orator i vetëm? Cili jeni sipas rendit? A do të jeni oratori i parë ose i fundit? A do të ketë oratorë panel?
- Ta keni parasysh kohën për pyetje e përgjigje. Sa kohë që ju kanë ndarë dëshironi ta lini për pyetje e përgjigje?

Gjatë fjalimit, mos u përpikuni që të paraqitni më tepër se tre mesazhe kryesore. Fjalimi mesatar nuk duhet të jetë më i gjatë se 20 minuta. Fjalitë duhet të jenë sa më të shkurtëra e të thjeshta. Shikuar në përgjithësi fjalimi juaj nuk guxon të jetë më i gjatë se 7, maksimalisht 10 faqe të shtypura. E ashtuquajtura „rregulla e gishtit“ thotë se 12 rreshta të tekstit duhet të thuhet për një minutë.

LOBIMI

Sipas fjalorit Websters Dictionary, lobimi është të drejtuarit antarëve të parlamentit me qëllim që të ndikohet në legjislacion. Sipas avokatit T. Lefeburu, të lobohet nuk do të thotë vetëm të ndikohet, por para së gjithash të analizohet dhe të kuptohet problemi në mënyrë që atyre të cilët vendosin ti sqarohet esenca dhe pasojat.

Enciklopedia Britannica e definon lobimin si çdo përpjekje e grupit ose e individit të ndikojë në vendimin e qeverisë. Shprehja ka lindur në përpjekje që të ndikohet në votat e ligjvënësve në shekullin e XIX, më së shpeshti në holl (anglisht lobby) e para dhomës kuvendore në të cilën është votuar. Kjo përpjekje mund të jetë apel direkt për ata që marrin vendime në trupin ekzekutiv ose legjislativ.

Lobistët mund të jenë antarët e grupeve të veçanta të interesit, profesionistët të gatshëm që të përfaqësojnë çfarëdo grupe e individë të këtillë. Në SHBA, Ligji Federal (1946) kërkon që lobistët si dhe grupet e individët të cilët ata i reprezentojnë, të regjistrohen dhe të japin raport për kontributet dhe shpenzimet.

Sipas Enciklopedisë Juridike Savremena administracija Beograd) lobi paraqet organizatën ose grupin shoqëror të cilën e formojnë personat që nuk janë antarë të trupit legjislativ, me qëllim që të ndikojnë në punën e ligjvënësve.

Në parim të gjitha definicionet e përmendura kanë të bëjnë me ekzistimin e grupeve të interesit të cilat përpikën dhe arrijnë të ndikojnë në marrjen e vendimeve publike ose të vendimeve në përgjithësi. Në kuptimin shoqëror lobimi paraqet pjesë integrale të çdo legjislacioni demokratik dhe procesit politik.

Duhet thënë se nuk ekziston mënyra univerzale e përkrahur për rregullimin e lobimit. Ligjin për lobim e kanë për shembull, SHBA, Kanada, Hungaria, Lituania, Gjeorgjia, Polonia dhe Maqedonia.

Nocionet „përfaqësimi publik” e „lobimi” shpesh përzihen ose shfrytëzohen për llojin e njejtë ose të ngjajshëm të aktiviteteve. Disa autorë që merren me ndryshimet shoqërore konsiderojnë se përfaqësimi publik në vete mund të përmbajë edhe lobimin si aktivitet, kështu që sipas tyre nuk ka lobim pa përfaqësim publik. Në kontekstin tonë lobimi mund të definohet në mënyra të ndryshme: si komunikim në mes të njerëzve deri tek teknika e përfaqësimit publik respektivisht te arti i bindjes, ndërsa paraqet një sërë aksionesh qëllimi i të cilave është të kryhet ndikim në marrësit e vendimeve. Kjo mund të realizohet në kontaktet direkte (takimet, ballë për ballë) ose me anë të komunikimit të shkruar. Meqë në Serbi Ligji për lobim ende nuk është miratuar e në pajtim me këtë nuk ekziston korniza juridike e cila do ta rregullonte veprimin e lobistëve, udhëzimet dhe shembujt që vijojnë kanë të bëjnë me atë që Dr. Goluboviq e ka definuar si „grassroot initiatives” (shih komentimin e mëparshëm tek definicioni i përfaqësimit publik)

ÇKA ËSHTË ESENCIALE PËR LOBIMIN E SUKSESSHËM?

Lobimi mund të jetë proces afatgjatë i cili kërkon shumë punë e kohë, në fillim ndoshta edhe pa rezultate të dukshme. Përfaqësuesi i suksesshëm publik duhet të ketë:

Njohuri për sistemin në të cilin punon

Njohuri për problemin të cilin e përfaqëson publikisht.

Sa më shumë të mësoni dhe më shumë njerëz të njihni, do të grumbulloni më tepër njohuri e cila do tu ndihmojë gjatë situatave të papritura në të cilat gjendeni të papërgatitur. Personat që merren me lobim duhet të dijnë ta paraqesin problemin, të planifikojnë në aspektin strategjik dhe të hartojnë informatën kualitative. Gjithashtu duhet të ndërtojnë marrëdhënie të mira me ata në të cilët problemi direkt ndikon, me marrësit e vendimeve dhe me njerëzit e mendimit të ngjajshëm. Duhet të identifikohen burimet e ndihmës të cilat mund të gjenden në situata të caktuara.

Nëse dëshironi të merreni me lobim, duhet ta dini se atë nuk mund ta punoni vetëm. Për lobim do të ju duhet përkrahja. Mos harroni atë ta kërkonit prej familjes, miqve, kolegëve të punës, fqinjëve, shoqatave dhe klubeve, anëtar i të cilëve jeni, prej organizatave tjera me të cilat punoni, etj.

LOBIMI ME SHKRIM

Lajmërimet, letrat dhe raportet e shkurtëra paraqesin instrumente standarde të përfaqësimit. E gjithë kjo ju mundëson të jepni informata, të paraqitni rastin e juaj dhe të kërkonte veprim. Qëllimi i cilit do dokument të shkruar me qëllim të lobimit është që mesazhi përkatës të bartet në mënyrë sa më efektive, në mënyrë që ai të mbetet në kujtesë. Meqenëse zyrtarët të cilëve iu drejtohem, kryesisht janë njerëz shumë të punësuar, pa shumë kohë për leximin e raporteve detaje, mesazhi juaj duhet të jetë i shkurtër dhe i thjeshtë. Bëhuni të matur. Letra duhet të jetë në një faqe, e nëse dëshironi ta kçni ndonjë raport më të gjatë, ia bashkangjitni vetëm përmbledhjen e tij, jo më gjatë se një faqe.

SI TA SHKRUAJM LETRËN?

- Filloni me tregimin e mesazhit tuaj kyç
- Konstatoni se jeni legjitim këtu dhe se çfarë është lidhja juaj me atë që e përfaqësoni
- Tregoni se në çfarë mënyre personi/institucioni juaj qëllimor është përgjegjës për çështjen e dhënë
- E përmbledhni në së shumeti në tri pika dhe e arsyetoni secilën me argumente të qarta
- E përsëritni mesazhin e juaj
- E potenconi se çfarë aksione pritni të ndërmerr personi/institucioni qëllimor

LOBIMI ME GOJË

Lobimi me gojë ose lobimi „sy më sy“ paraqet provë të madhe për nervat e juaja. Takimet me zyrtarët nënkupton takimin në terrenin e tyre dhe me kushtet e tyre. Megjithatë, kjo është mënyra më efektive ta paraqitni problemin. Prezenca e juaj atje do të thotë se ju dëgjojnë dhe nuk mund të ju injorojnë sikurse letrat e palexuara.

Mënyra më e mirë e lobimit personal është të kërkonte takim, me rëndësi esenciale është të përgatitemi mirë për takimet e këtilla.

E HARTONI ORARIN. E caktoni kush duhet të takohet me marrësin e vendimeve. E përgatitni prezantimin e shkurtër, e përcaktoni çka dëshironi të arrihet me

takimin e caktuar. E ushtroni atë çka dëshironi ta thoni. Përgatitne materialin për takim. Nëse shkoni me grup, e caktoni kush se çka do të paraqet dhe publikisht e shpallni rradhitjen e paraqitjeve.

DËGJONI ME VËMENDJE. Kërkoni shenjat e qëndrimeve dhe të pikëpamjeve në problemin e personave me të cilët bisedoni. Nëse keni takim me personin e heshitur, e zgjoni me pyetje. Nëse keni punë me personin llafazan, kthehuni në temën për të cilën jeni marrë vesh.

TË PËRGATITENI PËR BISEDË, por mos mendoni se duhet të jeni ekspert. Shumica e përfaqësuesve nuk dijnë shumë më tepër se ju. Mos e ngulfatni bisedën me detaje të tepërta, jepja notën njerëzore problemit. Mësohuni kur duhet thënë „nuk e di“. I premtoni se më vonë do ti dërgoni informata të cilat momentalisht nuk i keni. Bëhuni të hapur për kontra argumente, por mos u tërhiqni prej qëndrimit të juaj. Mos u bëni grindavec.

MOS RRINI SHUMË GJATË. E theksoni bisedën në temën tuaj. Nëse keni dëgjuar mjaftë edhe atë çka keni dëshiruar, i falenderoheni dhe shkoni. Me këtë rast mos e hapni temën e re. Nëse jeni të dëshpëruar, e thoni këtë në mënyrë të sjellshme dhe përshëndetnu. Leni hapësirë për ndonjë bisedë të ardhshme.

MBANE NË MEND SE KËTU JENI PËR VENDOSJEN E RAPORTEVE. I falenderoheni për informatat e dobishme edhe nëse kjo nuk është e vërtetë. Kujtohuni „nuk ka miq e as armiq të përhershëm“. Ndoshta qysh nesër prap do të ju duhet personi i njejtë.

HAPI VIJUES – pas takimit ia dërgoni mesazhin e shkurtër, i falenderoheni. I përmendni edhe konkluzionet dhe obligimet eventuale që janë marrë gjatë takimit. Mos harroni ti falenderoni edhe personit me të cilin më parë keni kontaktuar (sekretari/sekretarja, recepsionisti).

Organizatrat që synojnë të merren me përfaqësimin publik duhet të mendojnë për atë se si të ndërtojnë raportin me marrësit e vendimeve. Në librin e vetë *Hyrje në përfaqësimin publik*, Ritu Sharma propozon pesë mënyra për fillimin e ndërtimit të raportit me marrësit e vendimeve:

Krijoni pikat e hyrjes- të menduarit kreativ si të arrihet tek takimi me publikun qëllimor të cilit dëshironi ti drejtoheni. A keni diçka të përbashkët që do tu ndihmojë të ndërliidheni? E dikend kend e njihni a ka diçka të përbashkët me publikun qëllimor? Për shembull, nëse miku juaj shkon në kishën e njejtë me marrësin e vendimit, ndosh-ta do tu ndihmojë që të paraqiteni në kishë.

E caktoni takimin- takimi me marrësin e vendimit ose me publikun kyç qëllimor është vetëvetiu hap kyç në arritjen e qëllimit të përfaqësimit publik.

E dërgoni ftesën për takim- mënyra më e shpeshtë për caktimin e takimit është dërgimi i letrës në të cilën e theksoni qëllimin e juaj të përfaqësimit publik dhe shka-qet për të cilat dëshironi të takoheni. Pas letrës le të vijojë ftesa telefonike. Shpesh do të ju pranoj dikush prej kabinetit e jo vetë zyrtari. Kurr mos refuzoni të takoheni me këta njerëz dhe të silleni me ta sikurse ndaj marrësit të vendimit.

I ftoni në vizitë- mënyra tjetër që të takoheni me njerëzit dhe i bindni ta sho-hin organizatën e juaj. Në këtë mënyrë i tregoni se çka punoni dhe për çka duhet të ju përkrahin.

Ftesën ia dërgoni nëpërmjet mikut – nëse keni mikun ose kolegun i cili e njeh marrësin e vendimit ose njërin prej antarëve prej kabinetit të tij, miku le ta dërgojë letrën ose të lajmërohet në telefon. Nëse ftesën e dërgon personi të cilin e njeh marrësi i vendimit dhe i beson, gjasat janë më të mëdha që do të takohet me ju dhe do tu kushtojë vëmendjen dhe besimin në problemin që duhet ta përpunoni.

SI TË LOBOJMË?

Siç e kemi theksuar më parë, kreatorët e politikës janë shumë shpesh njerëz të zënë të cilët bombardohen me ide, rekomandime, kërkesa, si të mira e poashtu edhe të këqia, edhe atë përherë. Fakt është se ka shumë njerëz, të cilët, si edhe ju përpiqen të bëjnë ndikim, prandaj duhet të jeni veçanërisht të përqëndruar dhe të qartë gjatë ko-munikimit dhe duhet të jeni të vendosur që të ju dëgjojnë e kuptojnë.

Përfaqësimi efikas në pjesën më të madhe varet prej raportit që përfaqësuesit e zhvillojnë me marrësit e vendimeve, njerëzit me ndikim dhe me auditoriumin kyç.

Sa të jenë lidhjet më të forta, besimi, përkrahja reciproke e kredibiliteti në mes të përfaqësuesit e auditoriumit, përfaqësuesi do të jetë më efikas.

PËRGATITNI PLANIN E VEPRIMIT

E ndërtoni kornizën e fortë për ndryshimin e propozuar

Në mënyrë precize e përcaktoni politikën e cila kërkon ndryshim

I drejtoheni organizatave që mendojnë si ju me qëllim të bashkëpunimit dhe përkrahjes së mundshme

E formuloni propozimin dhe kërkonte takim me personin qëllimor

E PËRGATITNI STRATEGJINË QË JU DHE PROBLEMI I JUAJ TË JETË I DËGJUAR

- E gjeni personin kyç (ta quajm personi A) dhe njerëzit të cilët në të ndikojnë
- I gjeni nëpunësit kyç të cilët e pëlqejnë propozimin e juaj dhe e provoni me ta; kërkonte këshill se si më mirë të ndikoni në personin A
- Prej njerëzve me ndikim kërkonte këshill se si të ndikoni në personin A
- I ftoni nëpunësit me ndikim që ta vizitojnë organizatën e juaj, në mënyrë që të njihen me punën tuaj
- I shfrytëzoni mediat për krijimin e klimës së volitshme për propozimin e juaj
- E përgatitni planin rezervë për rastin që propozimi i juaj refuzohet – ta zëmë duke lutur personin mbi personin A të ndërmetesoj në mënyrë që propozimi përsëri të shqyrtohet ose do të pritni që personi A të tërhiqet nga ky pozicion dhe të provoni me ndërrimin e tij

PROCEDURA NË RAST SE PROPOZIMI I JUAJ ËSHTË PËRKRAHUR

- Propozoni themelimin e komisionit për shkrimin e projektit në të cilin do të përfshihet edhe përfaqësuesi i organizatës tuaj
- I ofroni shërbimet e organizatës suaj me qëllim të ndihmës së nëpunësit të angazhuar për zbatimin e ndryshimeve

- Nëse refuzojnë ofertat zyrtare, të mbeteni në lidhjen jozyrtare
- E përsëritni procedurën në të gjitha nivelet procedurale deri te realizimi i ndryshimit
- Mos harroni ti falenderoheni çdo kujt që ju ka ndihmuar në ndryshimin e politikës

MEDIAT DHE PËRFAQËSIMI PUBLIK

Mediat e shkruara siç janë gazetat dhe magazinët, si dhe mediat elektronike siç janë televizioni e radio, mund të bëjnë ndikim të rëndësishëm në shoqëri. Ky ndikim ndoshta është vështirë të matet saktësisht, por është e sigurtë se mediat, prezantojnë çështje të shumta dhe sjellin informata të freskëta të cilat ndikojnë në qëndrimet e publikut. Forca e mediave është e pakontestueshme, sepse ato paraqesin mënyrën jashtëzakonisht efikase të komunikimit të mesazheve për auditoriumin e gjerë. Nëse shfrytëzohen me mençuri, mediat mund ti vënë temat e juaja në rend dite të publikut të gjerë dhe të bëjnë ndikim direkt ose presion në marrësit e vendimeve.

Strategjia e juaj duhet të orientohet kah shfrytëzimi i mediave për tu drejtuar publikut të gjerë në mënyrë që të promovoni kërkesat për ndryshime pozitive. Për ta punuar këtë segment të përfaqësimit publik me sukses, duhet të dini gjerat themelore për përfaqësim me anë të mediave.

SI DO TI INTERESONI MË LEHTË GAZETARËT DHE REDAKTORËT?

Gazetarët, rëndomtë, nuk janë të interesuar për informata të papërpunuara. Ajo çka i intereson atyre është lajmi e rrëfimi. Ekzistimi i konfliktit ose i kritikës së dikujt/për diçka janë gjëra të cilat i tërheqin më lehtë. Rrëfimi i mirë duhet të jetë human e emocional edhe ta bartë mesazhin e fuqishëm. Temat e juaja duhet të jenë në formën “temat e ditës” sepse informatat e vjetërsuara atyre nuk i nevojiten. Rrëfimi i juaj duhet të bazohet në fakte e ngjarje, e më pak në mendime. Rrëfimi ose lajmi duhet ta paraqesin temën në mënyrë të thjeshtë dhe duhet të jenë relevante e interesante për rrethin më të madhë të njerëzve.

Për të shfrytëzuar mediat për promovimin e problemit në të cilin punoni duhet të shqyrtohen këto aksione:

TË MËSONI PËR MEDIAT – I dërgoni disa ftesa telefonike, e vizitoni bibliotekën, të njoftoheni rëndomtë kush raporton për problemin për të cilin dëshironi të flitni, të vëreni cilat media i kushtojnë vëmendje më të madhe këtyre çështjeve (TV, radio, shtypi). Është e dobishme të njoftoheni kush prej gazetarëve shkruan për temat që kanë të bëjnë me çështjet që ju dëshironi ti paraqitni.

TI QASENI MEDIAVE – Mediat pranojnë brenda ditës grumbuj të informatave dhe të propozimeve për rrëfimet të cilat njerëzit dëshirojnë ti paraqesin publikut të gjerë. Prandaj, nëse dëshironi që mediat të shkruajnë, ose prezantojnë diçka për gjerat që ju i përfaqësoni publikisht, informatat të cilat i paraqitni duhet të jenë të rëndësishme, interesante dhe të reja; duhet të dallohen dhe të meritojnë të jenë në lajme.

TË FORMËSOHET PROBLEMI EKZISTUES – Mënyra në të cilën paraqitet gjëja që e përfaqësoni publikisht është kyçe për të qenë të sukseshme përpjekjet e më tejme gjatë përfaqësimit. Mediat përkrahin koncepte që aludojnë në shëndet, liri, mendje të shëndoshë e legjitimitet, ndërsa nuk dojnë ekstremizëm, devijim, jolegitimitet. Mënyra në të cilën e paraqitni problemin, në të cilin punoni do ta caktojë se kush do të bashkangjitet përpjekjeve të juaja. Flitni në emër të “qytetarëve”, “publikut”, “bashkësisë”, e jo në emër “të atyre që përkrahin aksionin dhe veprimin e juaj”. Të paraqiteni si ndokush që përfaqëson bashkësinë, e jo grupin e veçantë shoqëror.

PËRGATITNI MATERIALET PËR PROBLEMIN – E dobishme është që të keni komplet material të përgatitur të cilin në çdo moment mund tu dërgoni reporterëve. Materialet e marrura nga burimet shtetërore poashtu mund tu ndihmojnë. Natyrisht, këto informata duhet të plotësohen me faktet dhe shënimet e grumbulluara, sa herë që është e mundur.

“TA SHITNI” RRËFIMIN – Nuk duhet të pritni që reporterët të vijnë te ju. Nëse keni informatë të rëndësishme i ftoni reporterët dhe iu ofroni rrëfimin. I pyetni se a i ftoni në kohën e duhur dhe se a është më mirë që të paraqiteni më vonë. Të paraqiteni dhe të sqaroni se pse është rrëfimi apo informata për të cilën i ftoni, interesante dhe e rëndësishme. Nëse premtoni se diçka do të dërgoni, atë menjëherë edhe duhet bërë. Ky është momenti i “shitjes” prandaj të mos jeni modest.

TË PËRGATITNI TË REJAT PËR SHTYP Mënyra e rëndomtë e paraqitjes së rrëfimit të juaj në media është shtypja e **kumtesave për shtyp**. Ky është dokument i shkurtër që ia dërgoni gazetarëve të cilët informatat dhe temat e juaja i paraqesin në formën që mediat mund ti shfrytëzojnë. Në rastin ideal duhet që kumtesat e juaja për shtyp të emetohen ose të shtypen pa problem. Prandaj, këto kumtesa duhet të shkruhen sikur të jetë fjala për rrëfimin gazetar.

Lajmet që i dërgoni mediave duhet të jenë të shkurtëra dhe duhet qartë ta pasqyrojnë ngjarjen, të arriturat ose përpjekjen. Të niseni prej përmbledhjes ngacmuese të rrëfimit dhe ti ofroni së pari të rejat. Ideale është, që në dy paragrafët e parë të përgjigjeni në pyetjet: kush, çka, kur, ku, përshka dhe si. Pjesën më të rëndësishme dhe më esenciale të informatës duhet ta jepni në fillim si bazë për pjesën tjetër të rrëfimit. Në këtë mënyrë redaktorët mund ta shkurtojnë lajmin nga fundi e të mos humbet kontrolli për informatën e dhënë. Gjatë shikimit të parë redaktori lajmin e këtitllë të strukturuar më lehtë e vlerëson se a është për të i interesuar.

Përpiquini që informatën, të cilën e plasoni ti jepni dimensionin njerëzor, të jepni në ndonjë citat dhe të përshkruani përvojën personale. Informatat e gjëra, eventuale, i jepni në pasuse plotësuese, por mos harroni që kumtesa të mos jetë më e gjatë se një faqe. Përfundimisht, sigurone që kumtesa të ju përfundojë me detaje për personin kontaktues e në rast se duhet edhe sqarime plotësuese. Kjo poashtu është edhe mënyra e mirë që të theksohet se ekziston personi me të cilin mund të bëhet intervista.

Gjatë shkrimit të **kumtesës për shtyp** mos harroni edhe disa gjëra të rëndësishme:

- E shënoni datën dhe kontaktin e organizatës së juaj menjëherë nën titullin e lajmit;
- Të shfrytëzoni paragrafin hyrës, të shkruar me shkronjat më të trasha dhe të centruara, i cili rezymon përmbajtjen e novitetit;
- Të bëheni të shkurtër; ta hartoni rrëfimin e saktë të mbështetur në fakte. E lexoni disa herë derisa mos të jetë i përkryer.
- Të shfrytëzoni foljet aktive të cilët lexuesin e çojnë edhe më tej të lexojë.
- E shtypni duke shfrytëzuar spacion e dyfishtë në mes të rreshtave për ta lehtësuar leximin e lajmit.

INTERVISTA TELEVIZIVE

Nëse gazetarët nga ju kërkojnë intervistë, pyetni se çka është tema e bisedimit, kend e kanë kontaktuar më parë, çfarë dokumente posedojnë, kur do të jetë emetimi dhe çfarë roli ju kanë caktuar...

Për ju qëllimi i intervistës nuk është që vetëm të përgjigjeni në pyetjet gazetareske. Ju e keni për qëllim – paragatitjen e esencës së problemit me të cilën merreni. Këtë kurr mos e harroni!

Para intervistës i shkruani tri gjëra që dëshironi ti theksoni. Në këto gjëra mund të ktheheni kur të doni. E shkruani si do të dukej intervista ideale dhe e ushtroni. Përgatitja e mirë e zvogëlon tremën e cila është krejtësisht e mundshme dhe normale në situatën kur përgjigjeni në pyetjet e gazetarit. Natyrisht, kjo varet edhe nga përvoja e juaj në marrëdhënie me mediat.

Gjithmonë shikoni drejt në personin që ju interviston. Mos shikoni dhe mos u brengoseni për kamerën. Me gazetarët bisedoni në mënyrë spontane e joformale. Gazetarët shtrojnë pyetje të vështira dhe ju mund të mos përgjigjeni, por gjithmonë e sqaroni pse këtë nuk e bëni. Nuk mund të thoni thjeshtë: “Pa koment”.

Nëse diçka nuk e keni të qartë e pyetni gazetarin. Mos pritni që ai të iu shtroj pyetje, ndërmerrni iniciativën dhe e paraqitni esencën e qëndrimit të juaj në çdo fjali. E kujtoni se në lajme shpesh shpallet një fjali e vetme – nëse ajo nuk e përmban esencën e mesazhit të juaj, rasti ndoshta është përgjithmonë i humbur. Në pyetje përgjigjuni shkurt e thjeshtë. Të shfrytëzoni krahasimet, i thjeshtësoni dhe kujdesuni që të përgjigjeni më së shumeti me dy deri me tri fjali të shkurtëra. Të jeni pozitiv në theksimin e qëndrimit të juaj. Kur jeni përgjegjur në pyetjen, ndaleni të folurit.

Nëse nuk e dini përgjigjen e pyetjes, thoni: “Më vjen keq, tani nuk e kam këtë informatë, por do të më vie mirë nëse atë më vonë ua dërgoj”. E kur e thoni këtë, mos harroni edhe atë ta bëni. Të jeni gjakftohtë madje edhe nëse ju duket se pyetjet që ju dërgohen janë armiqësisht të orientuara.

Edhe në këtë rast, mos shfrytëzoni zhargon, e as shprehje të koklavitura profesionale. Mos synoni të flitni me gazetarin „jozyrtarisht“, e as me vërejtjen „kjo nuk

është për publikun“. Gjithçka që ju thoni, ata mund ti shfrytëzojnë kundër jush. Mos u hidhëroni as kur jeni të provokuar dhe mos i gënjeni gazetarët. Nëse keni gabuar, e pranoni gabimin.

INTERVISTA PËR GAZETA

Të njoftoheni me gazetatat që janë më të lexuara në bashkësinë tuaj. Ti kushtoni vëmendje mënyrës në të cilën e prezantoni temën që ka të bëjë me ju. Nëse e dini gazetarin që është i interesuar për temën të cilën ju e përfaqësoni publikisht, e kontaktoni direkt dhe ia ofroni rrëfimin.

Intervista për gazeta mund të jetë e shkurtër (disa minuta të bisedës telefonike) ose e gjatë (një orë e më tepër kohë). Forma do të caktohet me afate, me rrëfimin interesant dhe me rolin e juaj në të. Për intervistën e gjatë gazetari mund të kërkojë grumbuj të materialeve interesante.

Mund të shfrytëzoni shënimet. Duhet të përgatiteni mirë, dhe të interesoheni për gazetën dhe gazetarin me të cilin do të bisedoni.

Mos harroni të mbani kontakt me gazetarin që ju ka intervistuar. Ai/ajo mund të jetë një nga personat që në të ardhmen do ti dërgoni deklarata për shtyp dhe informata tjera relevante.

INTERVISTA PËR RADIO

Kur ju ftojnë nga radio, rëndomtë dëshirojnë që komentin e juaj menjëherë ta marrin. Nëse ju nuk dëshironi ta jepni, e gjeni ndonjë tjetër. E pyetni reporterin për emrin, numrin e telefonit dhe afatin që e keni dhe e luteni që ti lajmëroheni për disa minuta. Të përgatiteni, të mendoni për tri gjërat që dëshironi ti rekomandoni dëgjuesit.

Kur jepni intervistë për radio, flitni me tonin e rëndomtë, por përmbajtësor. Të kujtoheni se në dëgjuesit mund të veproni edhe me ngjyrën e zërit. Të jeni të shkurtër dhe të qartë.

Në disponim keni vetëm disa sekonda, e dëgjuesit nuk i intereson analiza e lodhshme. Mos u përgjegjuni kurr të hidhëruar e nervoz. Të jeni të përmbajtur dhe e thoni qëndrimin tuaj ftohtë, por qartë.

Nëse e shfrytëzoni përkujtuesin në asnjë rast mos i lëvizni faqet dhe mos bëni zhurmë. Të keni kujdes edhe për atë që mos ta goditni me laps ose me bërryla tavolinën.

KONFERENCAT PËR SHTYP

Për të organizuar konferencën për shtyp është e nevojshme shumë kohë, të holla e energji. Për këtë arsye, para se të vendosni që të organizoni një konferencë për shtyp, duhet të mendoni mirë a keni të paralajmëroni ose të thoni diçka vërtetë me rëndësi. Gjithashtu, gazetarët nuk kanë kohë të shkojnë në konferenca për shtyp të cilat nuk ofrojnë lajme të dorës së parë.

Megjithatë, nëse vendosni të organizoni konferencë për shtyp, janë të domosdoshme planifikimi dhe përgatitjet në detaje.

Para së gjithash duhet caktuar vendin që gjendet lehtë, i përgjigjet qëllimit dhe që është në aspektin vizuel atraktiv. Nëse i ftoni mediat elektronike duhet të siguroni numrin e mjaftueshëm të prizave elektrike dhe ndriçimin adekuat.

Varësisht prej mediave të ftuara, duhet të vendosni për kohën më të volitshme të mbajtjes. Për shkak të afateve gazetareske, mëngjeset janë rëndomtë pjesa më e mirë e ditës për konferenca. Nëse nuk dëshironi që në ditën e zgjedhur për konferencë të ndodhin ngjarje tjera shumë të rëndësishme (kremtimi ose festa shtetërore nuk është koha më e mirë ta konvokoni konferencën) verifikone me të tjerët se a e keni zgjedhur kohën e vërtetë për konferencë. Nëse dini për organizatat dhe institucionet të cilat tradicionalisht planifikojnë ngjarje të caktuara në datat specifike, konferencën e planifikoni për ndonjë ditë tjetër. Për të arritur rrëfimi i juaj në lajme, duhet ti fitojë të gjitha informatat tjera, të cilat poashtu luftojnë të gjenden në lajme.

Pasi që me kujdes e keni caktuar vendin, datën dhe kohën, e hartoni listën e mediave që dëshironi ti ftoni. Ata të cilët përkrahin punën e juaj duhet poashtu të ftohen, sidomos nëse mes tyre ka personalitete të njohura nga jeta publike. Përmbajtjen e konferencës për shtyp e shndërroni në deklaratën për shtyp, të cilën mundeni të gjithëve tu ofroni. Pas kësaj e vendosni kush do të flet. Ai mund të jetë një person ose shumë oratorë. Në fund të lihet kohë e mjaftueshme për pyetje .

Gjatë konferencës mos harroni në detaje teknike. Vendi i konferencës duhet të jetë me mjaftë hapësirë për paisjet, kamerat, foto – aparatët, mikrofonët, ndriçimi, karrikat. Nëse ka nevojë për përkthyes duhet ti siguron. Përpiquni të siguron edhe pije freskuese (kafe, çaj, lëng). Afër hyrjes të vendoset tavolina për regjistrimin e pjesëmarrësve në të cilën do të ofroni postera, broshura, distinktive (bexhe), etj. Pas konferencës e verifikoni listën e mediave prezente. Nëse dikush prej të ftuarve nuk ka marr pjesë në konferencë, ia dërgoni materialet e përgatitura.

TRIQET E MJESHTRISË

- Nuk duhet në mënyrë të përpiktë ti përmbaheni pyetjeve gjatë dhënies së përgjigjes, sidomos nëse ato janë tendencioze.
- Vendosshmërisht e refuzoni çdo paraqitje të pasaktë të gazetarëve, por mos i përsëritni fjalët e tyre, përgjigja më e mirë është: “Kjo nuk është e saktë, e saktë është se ...”.
- Nëse gazetari rrëshqet në kahje tjera, jashtë temës së kontraktuar, mos e përcjellni. Kthehuni në atë për të cilën dëshironi të flitni.
- Mos e lejoni që gazetari të ju kufizojë – për shembull në pyetjen: “A jeni ju për zgjedhjen A ose B?” Ju lirisht i përgjigjeni „Mendoj se C është zgjedhja më e mirë”.
- I thjeshtësoni përgjigjet.

NËSE JENI TË PAKËNAQUR PAS INTERVISTËS

Puna me media nuk është pa rreziqe. Njëherit, kur gazetarëve ia jepni informatat, mënyra e interpretimit të tyre rëndomtë del jashtë kontrollit tuaj. Shpesh njerëzit pas intervistës ndihen të pakënaqur. „Pse gazetari nuk ka thënë...” ose „Pse janë zgjedhur fjalitë e mia më të këqiat...”. Mund tu ndodhë që mesazhi i juaj është shtrembëruar. Prandaj, nëse ata për të cilët ju konsideroni se mund ose dëshirojnë ti paraqesin gabimisht ku kanë kontrollin në disa media, ta keni parasysh se ata nuk do të jenë të dobishëm për punën tuaj në përfaqësimin e temave shoqërore.

Megjithatë nëse dëmi është bërë, para se ta merrni dëgjuesen e telefonit, mendoni për këto çështje:

A është bërë dëmi real apo është lënduar vetëm ego e juaj? A është dëmi i dukshëm ose i ndjeshëm? A mundet ky dëm ta rrezikojë suksesshmërinë e fushatës? A mund lëshimi gazetaresk të shkaktojë sanksione ligjore /reaksioni i oponentëve, kritikëve, ligjvënësve, politikanëve/?

Nëse keni konkluduar se duhet kërkuar përmirësimi, atë e bëni menjëherë. Të përgatiteni dhe e ftoni gazetarin, redaktorin, botuesin... E keni edhe obsionin e dërgimit të letrës së hapur, letrës së lexuesve etj. Mendoni për të gjitha mundësitë për paraqitjen e verzionit tuaj të saktë.

HAPAT THEMELORË NË PLANIFIKIMIN E PËRFAQËSIMIT PUBLIK ME ANË TË MEDIAVE:

- ta përcjellni punën e mediave;
- ta hartoni listën e mediave të cilat do ti shfrytëzoni, të realizoni marrëdhënie;
- edhe një herë me kujdes të shqyrtoni qëllimet tuaja dhe të përcaktoni qëllimet e veçanta mediale për të 'shtyer' qëllimet e politikës së përfaqësimit tuaj publik;
- e identifikoni publikun qëllimor, e në pajtim me të e zhvilloni mesazhin që dëshironi ta dërgoni;
- i caktoni mjetet që do ti shfrytëzoni për të dërguar mesazhin;
- i identifikoni pengesat themelore planit tuaj dhe e zhvilloni strategjinë e eliminimit të tyre; e zbatoni planin
- kohë pas kohe përsëri mendoni, vlerësoni a jeni në rrugën e drejtë.

SI TË SHKRUHET PETICIONI

Peticioni është mjet i mirë për realizimin e qëllimit i cili ka përkrahje të gjërë. Ai mund të interesojë deputetet dhe të ndikojë në atë që të vihet në rend dite ose të ndikojë në debatin e filluar më herët në kuvend.

- Peticionin e përbën pohimi i cili duhet të jetë i qartë e konciz
- Pohimi fillon me frazën siç është „NE të nënshkruar më poshtë me këtë afirmojmë...“
- Pohimi duhet të jetë sa më i shkurtër, por duhet të shpreh edhe shqetësimin tuaj

- Të filloni prej principeve të përgjithshme dhe shkoni kah pjesët precize, duke përfunduar me kërkesën tuaj
- Pohimi duhet të jetë i shkruar në fillim të çdo faqes së petitionit
- Duhet të përmbajë numrin e caktuar të nënshkrimeve, e çdo nënshkrim duhet ta përcjellin shënimet përkatëse (numri i letërnjoftimit, adresa.....)
- Nëse petitionin ia dërgoni kuvendit (Popullor apo komunal) duhet edhe ashtu ta titulloni (nuk mund tia dërgoni individit – deputetit ose këshilltarit)
- E shfrytëzoni madhësinë standarde të letrës
- Mos ia bashkangjitni ndonjë dokument tjetër, e as mos e shtypni në faqen tjetër të ndonjë dokumenti
- Peticioni duhet të bëjë me temën që është në kompetencën e kuvendit që ia dërgoni
- Peticionin e sillni në ngjarjet në të cilën do të jenë njerëzit, të cilët do ta përkrahin. Përcjellja e procesit është e rëndësishme sepse potencon se prapa nënshkrimit ekziston vedosmëria. Kjo i trimëron nënshkruesit potencial që atë ta bëjnë.

Nëse vendosni të organizoni nënshkrimin e petitionit duhet të grumbulloni informatat e nevojshme që mund ti merrni në komunën tuaj.

Krahas formës së këtillë të petitionit, ku qytetarët me nënshkrimet e tyre përkrahin kërkesën/zgjedhjen e propozuar, është e mundur që organizata e cila merret me përfaqësimin publik të kërkojë përkrahjen dhe nënshkrimet e organizatave tjera.

Aksioni qytetar që e kanë inicuar qendra Autonome e grave, qendra hulumtuese e Grave dhe shoqëria Viktomologjike së bashku me Zëvendësen e mbrojtësit dhe me Mbrojtësin e qytetarit/reve, e që me nënshkrimet e tyre e kanë përkrahur më tepër se 60 organizata të shoqërisë civile ka rezultuar me sukses – në tërësi janë miratuar dy amandamente të mbrojtësit të qytetarëve në ndryshimin dhe plotësimin e Kodit Penal. Më e rëndësishmja është rritja e dënimit për 3 alinetë e para për vepër penale Dhuna në familje. Edhe pse qeveria më parë ishte deklaruar negativisht për amandamentet, megjithatë Kuvendi i ka miratuar.

SI TË ORGANIZOHET TUBIMI PUBLIK

Tubimi publik mund të ndihmojë që të siguroni përkrahjen për gjëjen tuaj, duke edukuar anëtarët tjerë të bashkësisë suaj. Mund ta tërheqni vëmendjen e mediave dhe të marrësve të vendimeve. Ky është forum për interaksione, për diskutim për pikëpamjet e ndryshme në gjërat dhe mund të jep rastin të parashtroni pyetje publike ndonjë nëpunësi shtetëror.

Struktura e tubimit mund të jetë e shumëllojshme. Mund të jetë diskutimi për tryezën e rrumbullakët, takimi në kuvendin e komunës apo debati. Formatin e përcaktoni ju dhe varet prej saj se kush do të marrë pjesë dhe për çka do të diskutoni.

- Hapat për organizimin e tubimit publik:
- E caktoni qëllimin e mbajtjes së tubimit
- Kontaktoni grupet tjera të cilët dëshirojnë të ndihmojnë në organizim ose dëshirojnë të marrin pjesë në tubim
- E zgjedhni vendin publik me qasje adekuate, me numrin e vendeve për ulje dhe sistemin e zërimit
- Të lajmëroni mediat dhe bashkëqytetarët
- Të përgatitni kumtesë për shtyp në të cilën rezykohet qëllimi i tubimit
- Të ftoni përfaqësuesit e vetëadministrimit lokal përgjegjës për temën
- Të ftoni përfaqësuesit e organizatave relevante
- Të ndani obligimet (kush është përgjegjës për pritje, kush për karrika, kush do të flet)
- Të përgatitni material informativ

Është mirë ta organizoni tubimin publik drejtpërdrejt para fillimit të fushatës së përfaqësimit publik, sepse në këtë mënyrë e informoni publikun, siguroni përkrahjen më të madhe të publikut për temën e caktuar dhe bëni presion në marrësit e vendimeve.

Për shembull, në kuadër të Programit për të rinj, të Gragjanske Iniciative në zhvillim e sipër është fushata „haptazi për lokalet publike“ e cila është shembull e shfrytëzimit të Ligjit për qasje në informatat me rëndësi publike.

Në adresën e 160 komunave në Serbi, të rinjtë e GI kanë dërguar kërkesën që të dërgojnë regjistrin e lokaleve publike në dispozicion në kompetencën e tyre. Grupet formale dhe jo-formale të të rinjëve dhe qytetarët për të mundur ti shfrytëzojnë zyret e vendit, ndërtesat e shtëpive të të rinjëve dhe të kulturës, sallat dhe magazinat e lëna pas dore, parqet ose sheshet për nevojat e tyre, komunat është dashur ta theksojnë edhe procedurën me të cilën do të realizohej bashkëpunimi i këtillë. Përgjegjja ka arritur nga 103 komuna, por kryesisht jo e plotë, ose duke adresuar në ndonjë tjetër.

Krahas dërgimit të kërkesës me shkrim komunave të rinjtë nga GI organizojnë edhe një sërë bisedash publike në temën e lokaleve publike.

SI TË ORGANIZOHEN DEMONSTRATAT

Demonstratat mund të jenë përpjekje e dukshme efektive për ndonjë gjë. Mund ta shtojnë vetëdijen publike ose përkrahjen publike për temën e caktuar dhe mund të dërgojnë mesazhin e qartë dhe të fortë marrësve të vendimit.

PARA DEMONSTRATAVE:

- Ta lajmëroni çdo organizatë e individ që janë të interesuar për pjesëmarrje edhe ashtu do të sigurohej prezenca e numrit të madhë të njerëzve
- Të ftoni zyrtarët e zgjedhur të cilët mbështesin temën e juaj
- Të respektoni procedurën ligjore për lajmërimin e tubimit
- Nëse jeni në procesin e krijimit të marrëdhënieve me bartësit e vendimeve, demonstratat që e kanë për qëllim të protestojnë kundër Qeverisë, kryetarit të komunës, të vetëadministrimit lokal në përgjithësi, mund të ju largojnë prej marrësit të vendimit. Tek ne demonstratat ndërlidhen kryesisht me këtë „kundër“, ndërsa demonstratat (përkthimi i termit do të ishte paraqitje publike) mund të organizohen edhe me qëllim të ngritjes së vetëdijes për ndonjë problem. Demonstratat e këtilla madje mund ta përmirësojnë raportin tonë me marrësit e vendimeve.

GJATË DEMONSTRATAVE:

- Të bartni mbishkrimet me mesazhe të thjeshta, të cilat mund të lexohen në largësi prej tri metrave
 - Të ndani afishe, të cilët e identifikojnë grupën e juaj dhe sqarojnë gjëjen tuaj
-

- Të caktoni kush do të flet për media, nëse ato kërkojnë intervistë
- Të caktoni personin për inçizimin e ngjarjes

PAS DEMONSTRATAVE:

- Të trimëroni pjesëmarrësit që të flasin për atë se për çka kanë marrë pjesë në demonstrata

Cilën mënyrë do ta shfrytëzoni varet prej temës, kontekstit politik, përvojës së juaj. Është e sigurtë se është e nevojshme të shfrytëzohen mënyra të shumëta për të bartur mesazhet e juaja dhe për të bërë ndikim në marrësit e vendimeve. Konsiderojmë se është e tepërt të flitet për atë që ata duhet të rangohen. Nuk do të nisemi në demonstrata nëse nuk kemi marr përgjigje në letër, ose nuk i kemi shterrur mundësitë tjera që të bindim marrësit e vendimeve. Edhe pse demonstratat tek ne kryesisht ndërlihen për manifestimin e qëndrimeve dhe të kërkesave të partive politike, ato mund ti organizojnë edhe pjesëmarrësit tjerë në jetën publike.

E japim një shembull të grupit joformal i cili gjatë tre muajve të vitit 2007 organizoi demonstrata të përditshme për të ndikuar në udhëheqësinë komunale që të anulojë vendimin për mbylljen e Shtëpisë së kulturës në atë qytet. Grupi i ka dërguar letra kompetentëve në KK, kanë dërguar raporte nga mbledhjet dhe konkluzionet. Janë përpjekur të japin kumtesë në mediat lokale, por numri i vogël është shpallur (e edhe ato ishin të censuruara).

Pasi që kanë anketuar numrin e madhë të bashkëqytetarëve, kanë ardhur deri te informatat se e kanë përkrahjen e shumicës, hapi vijues ka qenë nënshkrimi i peticioneve mirëpo edhe kjo nuk përfundoi me sukses. Komunikimi mbeti i njëanshëm, përgjigje të pushtetit nuk ka pasur. Atëherë vendosin për organizimin e demonstratave të përditëshme. Çdo ditë, saktësisht në orën 12 janë tubuar të gjithë njerëzit që në një mënyrë kanë qenë të goditur me mbylljen e Shtëpisë së kulturës. E numri i tyre në mënyrë konstante është rritur. Pas tre muajve udhëheqësia komunale ka marrë vendimin për hapjen e Qendrës Kulturore.

Është e sigurtë se gjatë planifikimit të fushatës së përfaqësimit publik duhet të parashihen teknika të shumëta që do ti shfrytëzojmë, dhe se nuk mund ti shqyrtojmë ndaras, por si një varg aksionesh që do të na sjellin deri te realizimi i detyrës së parashtruar.

VI - NDËRTIMI I PËRKRAHJES

Puna me njerëzit tjerë jashtë organizatës së juaj paraqet teknikën tjetër të rëndësishme të përfaqësimit të temave shoqërore. Për të ngritur vetëdijen e publikut për punën tuaj është e nevojshme të keni ithtarë që i kuptojnë qëllimet, pikëpamjet, idetë e juaja dhe përpjekjet e juaja që të sjellni ndryshime pozitive.

Ekzistojnë mënyra të shumta që të punoni së bashku me njerëzit dhe organizatat tjera gjatë punës së juaj në përfaqësimin e temave shoqërore, por në esencë mund të dallohen dy mënyra të bashkëpunimit: lidhja në rrjetë dhe puna në koalicion.

LIDHJA NË RRJETË ju mundëson ta zhvilloni rrjetin e kontakteve dhe të aleatëve të cilët mund joformalisht të ju ndihmojnë në punën tuaj. Kontaktet e mira mund ta ngritin kredibilitetin e idesë për të cilën angazhoheni. Këto kontakte mund të jenë organizatat tjera që punojnë në problemin e njejtë, gazetarët, qytetarët akademik, personat kyç për sferën në të cilën punoni, njerëzit të kyçur në formimin e politikave dhe të qëndrimeve, etj.

Rrjetin e përbëjnë individët ose grupet e bashkuara në grupin e posa strukturuar sipërfaqësor. Rrjetin e karakterizon *shkëmbimimi* e informatave dhe/ose e shërbimeve. Rrjeti i kontakteve poashtu ju siguron qarkullimin e përhershëm të informatave për ndodhitë e reja që mund ta kursejnë kohën dhe mjetet e vlefshme në fazën e hulumtimit. Aleatët mund të kenë më shumë njohuri se ju dhe të paralajmërojnë në rrethanat e ardhshme të volitshme për bërjen e presionit. Natyrisht, duke përcjellur punën e organizatave tjera do ti shmangeni edhe dyfishimit të panevojshëm të detyrave. Shumë kontakte do të krijoni natyrshëm gjatë aktiviteteve të përditshme. Megjithatë duhet të krijoni edhe strategjinë me të cilën do të fitoni simpatinë e individëve apo të grupeve për të cilat besoni se mund të jenë me rëndësi vitale. *Gjatë zhvillimit të kontakteve duhet pasur parasysh dy gjëra kyçe:*

- Njerëzit duhet të kenë shkas për shkëmbimin e informatave me ju. Përpiquni ti bindni në rëndësinë e asaj çka punoni që ata do të duhej atë ta mbështesin në mënyrë të pashmangshme.

- Mos harroni që me kontaktet e juaja të ndihmoni edhe aleatët në të njejtën mënyrë siç pritni që ata tu ndihmojnë. Mandej mund të pritni që edhe ata ta kthejnë shërbimin.

KOALICIONI është lidhje e shumë organizatave dhe/ose individëve, të cilët/të cilat kanë qëllimin e njejtë dhe i bashkojnë forcat e tyre që me **veprimin/** ndikimin e përbashkët të zgjedhin problemin e caktuar. Brenda koalicionit çdo organizatë/individ mbajnë autonominë e veprimit.

Koalicionet nuk janë, e as që mund të shqyrtohen si çift romantik, ato janë më tepër martesë të lidhura me qëllim të interesit të përbashkët.

SHKËMBIMI I NJOHURIVE DHE I SHKATHTËSIVE: Grupet ndryshme kanë talentë, njohuri, shkathtësi të ndryshme. Së bashku mund të bëjnë shumë gjëra. Koalicionet mund të shtojnë në mënyrë dramatike rezultatet e punës së juaj në përfaqësim. Ato mundësojnë të krijoni mjete të përbashkëta për aksione dhe të shfrytëzoni taktika të ndryshme të përfaqësimit. Koalicionet gjithashtu i tregojnë grupeve të juaja qëllimore se për temën e juaj është i interesuar segmenti i gjërë i shoqërisë, kështu që në këtë mënyrë i japin peshë lëndës së juaj të punës.

SI DO TË JETË KOALICIONI MË I SUKSESSHËM?

- Koalicioni do të punojë më me sukses nëse i shmangemi formalizimit të tepruar të strukturës.
- Të respektoni rregullat dhe procedurat që ekzistojnë brenda koalicionit.
- Vendimet ti merrni si grup dhe proporcionalisht e delegoni përgjegjësinë. Në mënyrë permanente të shkëmbeni informatat.

ANA E DOBËT E KOALICIONIT

- Koalicionet mund të paraqesin shpenzimin e madhë të kohës.
- Me to është e nevojshme të udhëhiqet dhe të plotësohen kërkesat e mbajtjes së tyre, siç janë udhëheqja e procesverbalit, organizimi i takimeve dhe mbajtja e kontakteve me të gjithë anëtarët.

- Grupet më të afta dhe më të zëshme mund të dominojnë me koalicionet. Duhet arritur kompromis dhe harmonizuar pikëpamjet e ndryshme.
- Nuk guxojmë ti shmangemi qëllimeve të koalicionit sepse ekziston rreziku që koalicioni me kohë vetë për vetë të bëhet qëllim.
- Duhet mundësuar që anëtarët e koalicionit të punojnë në detyrat që çojnë kah vendosja e qëllimeve të koalicionit.

SI TË ZGJEDHET TEMA E DREJTË PËR BASHKIM?

- Duhet të zgjedhet problemi i rëndësishëm i cili do të motivojë njerëzit dhe do ti nxitë në aksionin e përbashkët. Të gjithë edhe ashtu kanë shumë punë të veta dhe nuk dëshirojnë të shpenzojnë kohën kot.
- Duhet caktuar afati kohor për aksion edhe atë në afatin sa më të shkurtër të arrihet deri te rezultatet e dukshme,
- Duhet në mënyrë simbolike të paraqiten qëllimet afatgjate të koalicionit,
- Duhet të ndërtohen lidhjet edhe për marrëdhëniet dhe veprimin e ardhshëm të përbashkët.
- Duhet trimëruar pjesëmarrësit e koalicionit që të mbizotërojnë shkathtësi të reja.
- Duhet drejtuar publikut të gjërë dhe të prodhohen mesazhe të dukshme.

DINAMIKA E RAPORTEVE BRENDA KOALICIONIT

Koalicionet janë komplekse. Qëllimi i përbashkët, dëshira për veprimin e përbashkët por edhe mosmarrëveshjet në ndërmarrjen e hapave të caktuara, shumë shpesh janë prezente njëkohësisht në çdo koalicion dhe e bëjnë në mënyrë permanente dinamikën.

FORMAT THEMELORE TË QASJES DHE TË MARRËDHËNIEVE NË PUNËN E PËRBASHKËT

Pjesëmarrja demokratike – organizatat dëshirojnë të realizojnë interese të përbashkëta të popullacionit shfrytëzues ose interesat vetanake por janë të gatshme tu lejojnë organizatave tjera në koalicion që poashtu të realizojnë interesat e tyre. Me pjesëmarrjen demokratike të gjitha organizatat kanë rastin të realizojnë qëllimin e tyre dhe të ndërmarrin sasinë e barabartë të obligimeve gjatë aktiviteteve të përbashkëta. Organizatat të cilat interesat e tyre i realizojnë në këtë mënyrë do të jenë të gatshme që përsëri të bashkëpunojnë ose formës ekzistuese të punës ti japin karakter afatgjatë.

Dominimi – një organizatë ose person udhëheq fjalën kryesore në punën e përbashkët. Organizata ose individi i këtyllë përpiqet që qëndrimet ose prioritetet të imponojë si prioritete të koalicionit. Organizatat tjera në raste të këtylla ose dalin ose nga shkaqet e caktuara pranojnë dominimin. Raportet e këtylla lehtë njihen para fillimit të bashkëpunimit dhe mund të riorientohen.

Manipulimi – një organizatë ose individ manipulon me të tjerët, i fsheh informatat dhe fshehurazi promovon interesat vetanake nëpërmjet koalicioneve. Kjo pamundëson komunikimin e plotë dhe të haptë në mes të organizatave, vështirë njihet dhe riorientohet, ndërsa besimi i shkatërruar në mes të organizatave është vështirë përsëri të vendoset.

Indolenca – një ose shumë organizata nuk janë të gatshme në bashkëpunim. Kyçen në koalicion dhe shfrytëzojnë rezultatet e përbashkëta të punës, por nuk marrin pjesë aktive, nuk marrin obligime e as nuk japin kontributin e tyre. Shpesh pajtojnë në dominim sepse atyre iu intereson vetëm përfitimi përfundimtar.

KARAKTERISTIKAT E KOALICIONIT TË SUKSESHËM

Koalicionet e suksesshme nuk e humbin fokusin edhe gjatë çdo konflikti i cili paraqitet, brenda koalicionit krijohen rezultate. Koalicionet e suksesshme punojnë në një ose më shumë çështje të caktuara, shfrytëzojnë dinamikën dhe tendosjen edhe janë të liruara nga përpjekjet e dominimit. Koalicionet e suksesshme duhet të jenë racionale dhe të parashtrajnë qëllimet që janë të realizueshme. Ata vëjnë edhe temelet për fushatën e ardhshme dhe përfshijnë opinionin e gjërë.

NORMAT BRENDA KOALICIONIT: RREGULLAT THEMELORE PËR KRIJIMIN E UNITETIT

KUPTIMI

1. Çdo anëtar i koalicionit duhet të dijë se si anëtarët tjerë vijnë deri tek vendimet dhe të kuptojë pasojat e këtij procesi gjatë punës në koalicion
2. Të qartësoni lidhshmërinë dhe llojllojshmërinë që ekzistojnë në mes të anëtarëve të koalicionit

NORMAT

1. Të përkrahni ndarjet e ndryshme të punës
2. Të siguronit informata para se të veproni. Në shumicën e rasteve rrëfimi ka shumë anë.
3. Të spastroni në mes vete për gjuhën e cila duhet të shfrytëzohet me rastin e mospajtimeve. Mund të pajtoheni edhe pa shtrembërimin e motivit dhe vlerës së anëtarëve tjerë.
4. Të dalloni atë çka keni punuar si organizatë e veçantë edhe atë çka e keni punuar si anëtar i koalicionit. Kyçja në koalicion nuk do të thotë se duhet hequr dorë nga kualitetet e veçanta të çdo anëtari të koalicionit.
5. Ti shmangeni shfrytëzimit të mediave për të shpallur mospajtimet brenda koalicionit. Mospajtimet duhet të diskutohen dhe të zgjidhen brenda koalicionit.
6. Të ndani suksesin me të gjithë. Kur njerëzit dhe organizatat punojnë me mundim, duhet të jenë edhe të shpërblyer.

PROCEDURAT

1. Në vetë fillimin e punës së koalicionit ti sqaroni si do të merret vendimi. I përmbaheni këtij procesi. Procedurat për marrjen e vendimit duhet të jenë të qarta, të gjithëve të njohura, të pranuar nga ana e të gjithë anëtarëve dhe të aplikuar.

2. Si do të organizohen dhe të udhëhiqen takimet e këshillit/pleqësisë udhëheqëse të koalicionit? Çështjet që kanë të bëjnë me procedurat, si kjo, mund të shkaktojnë konflikt, bile edhe nëse ekziston vullneti i mirë i të gjithëve. Më së lehti tejkalo-hen me përcaktimin e rregullave të qarta themelore me të cilat pajtohen anëtarët e koalicionit.
3. Të përgatiten qysh përpara procedurat për zgjidhjen e situatave në të cilën paraqiten ose ekzistojnë vazhdimisht mospajtimet e fuqishme.
4. Nën çfarë kushte mund të hapen përsëri disa diskutime të përfunduara?

Këtu e paraqesim shembullin e koalicionit të të rinjëve të Serbisë Lindore e cila është formuar në vitin 2006 dhe që e ka pasur për qëllim miratimin e dokumentit për politikën e të rinjëve në nivelin lokal.

Koalicionin e kanë formuar OJQ-të të cilat merren me çështjet e të rinjëve dhe parlamentet e nxënësve nga 8 qytetet të Serbisë Lindore (Zajeçar, Knjazhevc, Bor, Negotin, Klladovë, Majdanpek, Bolevc dhe Sokobanjë). Gati se nuk duhet theksuar se të gjitha anëtarët e koalicionit kanë qenë të ndryshme sipas madhësisë, sipas gjatësisë së ekzistimit, përvojës dhe të zhvillueshmërisë së kapaciteteve. Mirëpo, ata kanë arritur së pari të vlerësojnë realisht kapacitetet e tyre e mandej të vendosin norma e procedura të qarta të cilëve iu kanë përmbajtur tërë kohën e zgjatjes së fushatës dhe të zgjatjes së koalicionit. Kanë arritur që me ndarjen e afisheve, paraqitjet në media, me organizimin e tryezave të rrumbullakëta dhe të diskutimeve publike të bëjnë ndikim në përfaqësuesit e vetëadministrimit lokal që në 4 prej 8 qyteteve të miratojnë dokumentin e propozuar. Sipas kriterëve për vlerësimin e suksesshmërisë, konsiderojnë se kanë realizuar me sukses fushatën sepse këtë ata e kanë pritur.

Vazhdimet e fushatës nuk ka pasur, sepse me miratimin e Strategjisë për të rinjtë është ndryshuar raporti i pushteteve lokale ndaj çështjeve të të rinjëve dhe sot në 7 (prej 8) qytete në të cilat është zhvilluar fushata ekziston zyra për të rinjtë,

Ky është vetëm një nga shembujt që ka mjaftë në Serbi.

Poashtu, konsiderojmë të dobishëm ta paraqesim shënimin se në kohën e përgatitjes së këtij doracakut është hapur Zyra e 100-të për të rinjtë në Krushevc.

FORMAT E NDRYSHME TË VEPRIMIT TË PËRBASHKËT

Veprimi i përbashkët mund të jetë i intenzitetit të ndryshëm dhe të quhet me emra të ndryshëm. Nëse të gjithë anëtarët merren vesh për punë të përbashkta më intensive, bëhet fjalë për BASHKËPUNIM.

Lidhur me (pa)barazinë e lidhjes në mes bashkëpunorëve të cilët janë bashkuar përshkak të arritjes së qëllimit të caktuar, në parim dallojmë:

KOOPERIMI është lidhja e intenzitetit të dobët në të cilën ekzistojnë mardhënie joformale të lidhura me marrveshje në afat të shkurtër – këmbehen informacionet vetëm për aktivitetet momentale. Në këtë formë të bashkëpunimit nuk ekziston ndarja e kompetencave dhe e të hollave.

KOORDINIMI është lidhje e intenzitetit mesatarë e cila nënkupton mardhënie diçka më formale, plan, ndarje të roleve. Ajo hap rrugët për komunikim, por secili mban kompetencat e veta. Çështja e fuqisë mund të jetë diskutabile, por mjetet dhe meritat (fitimet) ndahen.

BASHKËPUNIMI kërkon mardhënie të përhershme dhe ka intenzitet më të fuqishëm prej kooperimit dhe koordinimit. Për të është e nevojshme të ndërtohet strukturë e re, të përcaktohet misioni i përbashkët dhe të premtohet përfshirje e plotë. E karakterizon planifikimi i gjerësishëm dhe komunikimi i plotë me të gjitha nivelet. Secila palë investon mjetet dhe reputacionin e saj.

Shpërndarja e fuqisë mund të jetë e pabarabartë, por partnerët së bashku investojnë dhe ndajnë.

LIDHJA kërkon bashkim dhe lidhje. Kjo është shoqatë ose lidhje e organizatave interesat e të cilëve kanë karakter të njejtë. Lidhjet e fuqishme veprojnë si shoqata gjysëmzyrtare të organizatave individuale. **Lidhjet e forta madje veprojnë si shoqata gjysëm zyrtare të organizatave individuale.**

KONFEDERATA është bashkimi në lidhje ligë e disa organizatave edhe atë me qëllim të arritjes së qëllimeve të caktuara. Shkalla e centralizimit është e vogël, pa nënshtrim të autorizimeve dhe mohimin e pjesës së pavarësisë.

FEDERATA është bashkim me marrveshje në të cilin secili/a anëtarë/e pjesën e kompetencave të veta në aktivitetet e përbashkëta ia dorëzon ndonjë trupi të mesëm të përbashkët.

RRJETIN e përbëjnë individët ose grupet e bashkuar në grupin e posa strukturuar sipërfaqësor, me strukturën dhe mardhëniet e dobëta.

PARTNERITETI kërkon bashkimin e dy ose më shumë grupeve të cilat së bashku investojnë finansat dhe mjetet, kurse ndajnë fitimin dhe shpenzimet.

Vijon shembulli i Protokolit për bashkëpunim i organizatave të shoqërisë civile nga Kragujevci²:

Në mbështetje të iniciativës së Shoqatës së Qytetarëve për Mbështetjen e Integritimeve Evropiane “Evrokontakt” në shqyrtimin e nevojës për forcimin e rëndësisë dhe të rolit të shoqërisë civile në jetën shoqërore e publike të bashkësisë lokale, në procesin e konsultimit të organizatave të shoqërisë civile nga Krushevcit janë pajtuar se në këtë drejtim është e nevojshme të vendoset dhe përparohet bashkëpunimi reciprok dhe vendosën ta nënshkruajnë

PROTOKOLIN PËR BASHKËPUNIMIN

E organizatave të shoqërisë civile nga Krushevcit

DISPOZITAT E PËRGJITHSHME

Neni 1.

Ky dokument paraqet Protokolin për bashkëpunimin (në tekstin e mëtejme Protokoli) e organizatave të shoqërisë civile nga Krushevcit, të cilat janë pajtuar se do të bashkëpunojnë dhe të merren vesh për paraqitjen e përbashkët në sferat që janë me interes të përbashkët.

Neni 2.

Organizatave, nënshkruese të Protokolit, kanë punuar bashkërisht në miratimin e këtij dokumenti, me të cilin definohen vlerat, principet dhe qëllimet e veprimit të përbashkët, koordinimi i punës, dhe të drejtat e detyrat e ndërsjellta të cilat dalin nga ky bashkëpunim.

VLERAT DHE PRINCIPET

Neni 3.

Organizatave, nënshkruese të Protokolit, janë marrë vesh se në kuadër të veprimit të tyre do të angazhohen për këto prioritete të përbashkëta:

- Hyrja e Serbisë në Bashkimin Evropian dhe në aplikimin gjithëpërfshirës të standardeve evropiane;

² E falendërojmë se Evrokontaktin dhe organizatave nga koalicioni, të cilat na lejuan ta publikojmë në doracak këtë Protokol për bashkëpunim

- Regjionalizimin dhe decentralizimin e Serbisë në të gjitha nivelet;
- Forcimi i kapaciteteve e përparimi i bashkësisë lokale si dhe kualiteti më i lartë i jetës në të;
- Formimi i vetëdijës qytetare dhe të marrëdhënieve demokratike në shoqëri;
- Barazia e gjinive;
- Respektimi i të drejtave të njeriut e minoritare dhe i lirive pa kurrëfarë dallimi në pikëpamje të racës, ngjyrës, gjinisë, gjuhës, predikimit fetar, mendimit politik e mendimeve tjera, prejardhjes nacionale e shoqërore, orientimit seksual, pasurisë, lindjes dhe të rrethanave tjera;
- Afirmimi e përparimi i pozitës së të rinjëve;
- Luftën kundër varfërisë;
- Zhvillimi i kapitalit social dhe përparimi i shërbimeve sociale;
- Përparimi i pozitës së grupeve minoritare dhe të grupeve shumfishtë të diskriminuara, i prindërve të vetmuar, përparimi i pozitës së romëve e romeve dhe të grupeve e minoriteteve tjera etnike e nacionale;
- Përparimi i pozitës së pjesëtarëve/reve dhe të të gjitha grupeve të ndjeshme të ekspozuara diskriminimit;

Neni 4.

Organizatave e shoqërisë civile, nënshkruese të Protokolit janë marrë vesh që në punën e tyre do të udhëhiqen me respektimin e këtyre principeve:

- Stimulimi dhe përparimi i bashkëpunimit të ndërsjelltë;
- Të partneritetit, solidaritetit dhe të respektimit e të përkrahjes së ndërsjelltë;
- Shkëmbimi i informatave dhe puna publike;
- paraqitje të koorinuara dhe të përbashkët në sferat e caktuara ndaj bashkësisë lokale;
- të bashkimeve të barabarta e të pavarura;
- efikasiteti për përgjegjësinë në punë;
- respektimi dhe shkëmbimi i njohurive dhe i përvojave;

QËLLIMET

Neni 5.

Organizatave të shoqërisë civile, nënshkruese të Protokollit, kanë për qëllim të japin kontribut në forcimin e rolit dhe të rëndësisë së sektorit civil në kuadër të bashkësisë lokale me anë të:

- pjesëmarrjes në proceset e vendosjes dhe të zhvillimit të dialogut institucional reciprok në mes të sektorit publik, afarist e joqeveritar në Krushevc;
- inicimit të krijimit të kornizës institucionale për bashkëpunimin reciprok;
- vendosjes së bashkëpunimit më kualitativ në mes të organizatave të shoqërisë civile në Krushevc;
- bashkëpunimit me vetadminstrimin lokal në përgatitjen dhe realizimin e dokumenteve strategjike dhe të buxhetit të bashkësisë lokale;
- bashkëpunimit me vetadminstrimin lokal në organizimin dhe realizimin e aktiviteteve edukative;
- bashkëpunimit si partner në përgatitjen dhe realizimin e projekteve;
- organizimit të aktiviteteve të ndryshme (tribuna, tryeza të rrumbullakta, etj.) me qëllim të afirmimit të organizatave të shoqërisë civile dhe të bashkëpunimit ndërsektorial;
- promovimit medial të bashkëpunimit ndërsektorial;
- realizimit të të gjitha aktiviteteve të ndryshme të cilat kontribuojnë në realizimin e qëllimeve për të cilat është nënshkruar protokoli.

KOORDINIMI I BASHKËPUNIMIT

Neni 6.

Me qëllim të koordinimit të bashkëpunimit në mes të organizatave nënshkruese të Protokollit do të formohet Forumi i organizatave të shoqërisë civile të Krushevcit (në tekstin e mëtejshëm: Forumi).

Forumit do ta përbëjnë të gjitha organizatat e shoqërisë civile, nënshkruese të Protokollit.

Mënyra e funksionimit të Forumit dhe raportet reciproke të anëtareve do të definohet në periudhën e ardhshme me miratimin e aktit themelues dhe të akteve tjera të nevojshme.

Forumit do ta përbëjnë të gjitha organizatat e shoqërisë civile, nënshkruese të Protokolit.

DISPOZITAT KALIMTARE E PËRFUNDIMTARE

Neni 7.

Të gjitha mosmarrëveshjet dhe kontestet eventuale në mes të nënshkrueseve të protokolit do të zgjidhen në frymën e bashkëpunimit të mirë afarist.

Neni 8.

Protokoli hyn në fuqi prej ditës së nënshkrimit dhe është i hapur për kyçje nga ana e të gjitha organizatave tjera të shoqërisë civile nga Krushevc, të cilat janë të pajtueshme dhe përkrahin dispozitat e Protokolit edhe për të cilat ekziston pajtueshmëria e plotë nga ana e nënshkrueseve të Protolit.

Kushtet më precize për pranimin e anëtareve të reja dhe mënyra e miratimit të vendimit për pranim, si dhe mënyra e daljes dhe /ose e përjashtimit nga Forumi do të definohet në periudhën e ardhshme me miratimin e akteve themeluese dhe të statutit të Forumit.

Neni 9.

Protokoli është hartuar në tetë kopje, prej të cilave çdo nënshkruese e mbanë nga një kopje.

VII - GRUMBULLIMI I MJETEVE

Çdo veprim kërkon mjete. Përfaqësimi i suksesshëm publik kërkon investime afatëgjate të kohës, energjisë dhe të mjeteve.

Për të qenë të suksesshëm në planifikimin e grumbullimit të mjeteve të nevojshme është e nevojshme të përgjigemi në këto pyetje: **Çka posedojmë deri më tani? Cilat mjete na janë të arritshme?**

Përfaqësimi i suksesshëm publik kërkon edhe baza solide: aksionet e realizuara deri më tani, lidhjet ekzistuese, kuadri kualitativ, baza e të dhënave. Për këtë arsye fushata e suksesshme e përfaqësimit ruan me kujdesë mjetet me të cilat mund të ndërtohet më tej strategjia. Kjo përfshinë punën e mëparshme në përfaqësim, lidhjet që janë bërë deri më tani, personeli dhe kapacitetet e njerëzve tjerë, informatat dhe intelegjencën politike. Shkurtimisht asnjëherë nuk niseni prej fillimit, por ndërtoni në atë çka deri më tani e keni. Prandaj e hartoni listën e asaj që organizata e juaj ka prej informatave të nevojshme, potencialit njerëzorë, fondeve financiare, lidhjeve, legjitimitetit.

ÇKA DUHET ENDE TË ZHVILLOHET? CILAT JANË PIKAT TONA TË DOBËTA?

Pasi që të identifikohen dhe të grumbullohen mjetet/resurset ekzistuese, hapi i ardhshëm është ti përcaktoni ato të cilat ende nuk i keni. I njoftoni dhe i zhvilloni ato mjete të cilat iu nevoiten në momentin e caktuar, e që deri më tani nuk i keni shfrytëzuar. Për shembull, disa lidhje të reja që duhet të ndërtohen; shfrytëzoni analizat e reja, hulumtoni mediat, etj.

Këtu caktoni në mënyrë konkrete cilat resurse të nevojshme mungojnë dhe e përpunoni strategjinë se si ato mund të fitohen.

Si mundeni të grumbulloni mjetet e nevojshme financiare – është një nga pyetjet kyçe në të cilën duhet të përgjigjeni.

Pjesëmarrës të shumtë në seminaret për përfaqësimin publik të cilat i ka mbajtur Ekipi Tri (Gragjanske Iniciative) kanë shtruar pyetje se a mund të sigurohen mjetet me shkrimin e propozim projektit. Përgjigja është pohuese. Megjithatë, ajo çka duhet patjetër bërë është zhvillimi i strategjisë së tërësishme të përfaqësimit publik, e vetëm atëherë, kur e shohin se çka dhe sa na duhet, çka kemi, çka nuk kemi, mundemi ta shkruajmë propozim projektin, me të cilin do të konkurojmë për ndarjen e mjeteve financiare për zbatimin e fushatës së përfaqësimit publik. Gjithashtu dëshirojmë që ti përkujtojmë anëtarët e organizatave se në Serbi ekziston fondi BCIF (Fondi Ballkanik për Iniciativa Lokale) i cili finanson projekte që kanë të bëjnë me fushatën e përfaqësimit publik në nivelin lokal.

Këtu e përmendim vetëm një nga shembujt e shumtë të fushatave të përfaqësimit publik në nivelin lokal.

FORMIMI I PLEQËSISË PËR BARAZINË GJINORE NË KOMUNËN ÇAJETINËS

Rrethi i Zllatiborit është organizatë nga Çajetina e cila ka për qëllim ta përparojë pozitën e femrës, sidomos të femrës në mjediset fshatare. Rrethi i Zllatiborit, me pjesëmarrjen në programin e përfaqësimit publik në bashkësitë lokale, ka realizuar projektin, i cili ka pasur për qëllim formimin e pleqësisë për barazinë gjinore nga ana e komunës së Çajetinës, si parakusht i domosdoshëm për zgjidhjen e pozitës së rëndë të femrave.

Përndryshe edhe pse femrat në Çajetinë janë me numër më të madh në krahasim me meshkujt, nuk kanë fuqi direkte politike të vendosjes. Ato nuk janë kryetare e as sekretare në asnjë prej gjithsej 20 bashkësive të vendit në komunën e Çajetinës, ndërsa në vetë vetë administrimin lokal meshkujt i kanë të gjitha funksionet e rëndësishme. Përveç kësaj pozita e tyre ekonomike është jashtëzakonisht e rëndë, vetëm gjashtë përqind e femrave në fshat kanë në pronësinë e tyre të regjistruar pasuri bujqësore, e prej pesë personave që kërkojnë punë katër janë femra.

Me organizimin e aksioneve në rrugë, të tribunave në bashkësitë e vendit të qytetit dhe të fshatrave, me paraqitjen mediale dhe aktivitetet tjera, Rrethi i Zllatiborit ka arritur të ndikojë në këshilltarët e KK Çajetinës ta miratojnë vendimin për formimin e pleqësisë për barazinë gjinore. Sidomos është e rëndësishme që Rrethi i Zllatiborit ka arritur të sigurojë përkrahjen e OJQ-ve tjera si dhe të personaliteteve të dalluara nga Çajetina dhe qytetet tjera të cilët së

bashku me ta kanë marrë pjesë në aktivitetet, të cilat kanë kontribuar në arritjen e qëllimit. Me kyçjen e organizatave rinore, shoqatave të pensionistëve, përfaqësuesve të ministri-ve të cilat merren me çështjen e barazisë gjinore në nivel nacional, si dhe me kyçjen akti-ve të femrave nga Çajetina në vet fushatë, rrethi i Zllatiborit ka arritur që me një aksion të përgjithshëm qytetarë ta arrijë qëllimin.

Për arritjen e qëllimit sidomos ka qenë e rëndësishme me organizimin e tryezave të rrumbullakëta në të cilat femrat nga Çajetina kanë pasur rast që së bashku me përfaqësuesit e pushtetit lokal të bisedojnë për problemet e tyre dhe të shpalojnë rëndësinë e themeli-mit të pleqësisë për barazinë gjinore.

Themelimi i pleqësisë për barazinë rinore ka rëndësi të madhe për përmirësimin e pozitës së femrave në komunën e Çajetines. Në këtë mënyrë qytetaret e komunës së Çajetines kanë përfituar institucionin i cili do të merret si primare me përmirësimin e pozitës së femrave në këtë komunë. Përveç kësaj me realizimin e këtij projekti, Rrethi i Zllatiborit ka arritur tu jep përkrahje femrave dhe ti motivojë që në mënyrë të qartë të paraqesin problemet e tyre, çka është hapi i parë dhe i domosdoshëm në zgjidhjen e tyre.

„Me realizimin e këtij projekti gjatë muajve të kaluar është kontribuar në ndryshimin e men-dimeve për pozitën e femrave te numri më i madh i banorëve të komunës sonë. Në radhë të parë, marrësit e vendimeve kanë treguar gatishmëri të bashkëpunojnë dhe të mësojnë. Gjithashtu, edhe ne si organizatë kemi fituar në mënyrë konstante njohuri të reja, si në semina-re ashtu edhe gjatë realizimit të projektit. Është me rëndësi të theksohet se me realizimin e një ideje të këtillë është e nevojshme të ketë shumë entuziazëm dhe punë, si të ekipit tonë ashtu edhe të partnerëve tjerë në projekt “ thot Zorica Millosavleviq nga rrethi i Zllatiborit.

Kjo do të thot se në këtë hap të planifikimit të përfaqësimit publik duhet të identifikojmë dhe të hartojmë planin se si mund të tërheqim resurse (të holla, pais-je, vulllonterë, materialet e nevojshme, lokali) për aplikimin e fushatës së përfaqësimit publik.

VIII - SI TË HARTOHET PLANI I APLIKIMIT TË PËRFAQËSIMIT PUBLIK

Për të realizuar detyrat dhe arritur qëllimin e përfaqësimit publik, duhet të vazhdojmë me planifikim. Në këtë pjesë planifikojmë aktivitetet konkrete që duhet ti zbatojmë në mënyrë që ti realizojmë detyrat. Plani i aplikimit punohet në raport me detyrën/rat. Aktivitetet duhet të rrjedhin në mënyrë kronologjike, duke e rrespektuar rrjedhën logjike.

Për çdo aktivitet, duhet të identifikohen resurset që janë të nevojshëm për të përkrahur aktivitetin. Resurset mund të jenë të natyrës materiale, finansiare, njerëzore, (p.sh. ekspertiza teknike) ose teknologjike.

Për çdo aktivitet duhet të përcaktohet kush do të jet përgjegjës që ajo të ndodhë. Këtu duhet llogaritur për ndarjen e punës. E kuptueshme është se një person nuk mund të jetë përgjegjës për tërë fushatën edhe prandaj duhet përgjegjësia të ndahet.

Mandej duhet të caktohet koha, rrespektivisht afati, deri kur duhet të zhvillohen aktivitetet. Këtu sugjerojmë kujdesin e veçantë gjatë planifikimit, përvojat potencojnë se shpesh ndodhë që të vijë deri te vlerësimet joreale të kohës së nevojshme. Mund të na duket se të gjitha mundemi shpejt ti kryejmë se sa që është ajo vërtetë e mundshme në situatën reale. Si shembull e përmendim, kemi marrë pjesë në planifikimin kur grupi konsideronte se për caktimin dhe mbajtjen e takimit me disa prej marrësve të vendimit është e nevojshme 5 ditë. A është në të vërtetë ashtu?

Duhet të mendohet edhe për atë se është e nevojshme të caktohet koha të takohemi edhe në fund të fushatës për të dokumentuar leksionet e mësuara?

Për planifikimin e aktiviteteve mund ta shfrytëzojmë këtë tabelë:

Detyra e përfaqësimit publik:			
Aktiviteti	Resurset e nevojshme	Personat përgjegjës	Koha / afati
1.			
2.			
3.			
4.			

MBIKQYRJA E VLERËSIMI

Në këtë pjesë planifikoni se si do të grumbulloni, analizoni dhe shfrytëzoni informatat përkatëse kuantitative e kualitative me qëllim të përkrahjes së çdo hapi të fushatës së juaj. Konsiderojmë se është e dobishme të përkujtoheni në atë se çka është mbikqyrja e çka është vlerësimi

Mbikqyrja: *Procesi i grumbullimit të informatave për të matur përparimin në realizimin e detyrave tuaja të përfaqësimit publik.*

Vlerësimi: Procesi i grumbullimit dhe i analizimit të informatave për të përcaktuar se a janë arritur detyrat e avokimit publik.

Si do të dini se e keni arritur qëllimin e parashtruar? Si mund ta përmirësoni strategjinë? Nëse dëshironi që të merreni me avokimin e suksesshën publik, duhet në mënyrë permanente të kërkonti informata kthyesë dhe të vlerësoni përpjekjet e bëra.

SI MUNDEMI TA VLERËSOJMË SE A FUNKSIONON STRATEGJIA?

Sikurse edhe kur udhëtojmë gjatë, kohë pas kohe ju duhet ta vërtetoni se a jeni gjithnjë në drejtimin e duhur. Këtu është më e rëndësishme të përcaktohet se a e kemi orientuar mesazhin në anën e drejtë dhe se a na ndëgjojnë në mënyrë në të cilën ne atë e dëshirojmë. Shumë është me rëndësi aftësia e jonë e korrektiveve në rrugë si dhe eliminimin e të gjitha elementeve të cilat nuk sjellin rezultate të drejta.

Nga ndonjëherë strategjia duhet të revidohet dhe atëherë duhet përsëri të kalojmë nëpërmjet secilën pyetje të përmendur më lartë. Shumë është me rëndësi të bëhen këto përmirësime në mënyrë që të lirohemi nga ato elemente të strategjisë që nuk kanë qenë në mënyrë praktike të realizueshme.

- a) Çfarë lloji të vlerësimit të strategjisë, taktikës dhe të përparimit do të shfrytëzoni?
- b) Sa shpesh atë do ta shfrytëzoni?
- c) Si do ta matni suksesin e juaj?

Është e domosdoshme që në mënyrë permanente ta vlerësoni strategjinë, duke pasur parasysh detyrat dhe taktikën, fleksibilitetin e tyre në përshtatjen e nevojave. Indikatorët e vendosura të suksesit do të ndihmojnë gjatë këtij vlerësimi.

Pyetësin për vetë-vlerësimin e përfaqësimit të juaj publik mund ta gjeni në faqen 53 të doracakut **PËRFAQËSIMI PUBLIK NË BASHKËSINË LOKALE PËR PËRMIRËSIMIN E POZITËS SË ORGANIZATAVE JOQEVERITARE**, në sajtin e Gragjanske Iniziative, [http://gradjanske.org/page/civilSocietyDevelopment / sr/center/publications.html](http://gradjanske.org/page/civilSocietyDevelopment/sr/center/publications.html)

Literatura:

- Avokimi publik –Ndërtimi i shkathësive për liderë/re të organizatave joqeveritare, Përmbledhja IX, CEDPA - The Center for Development and Population Activities, Washington, 1999
- Avokimi publik, Nader Tadros, People’s Advocacy
- Përfaqësimi publik i të drejtave të minoriteteve në Evropën Juglindore, përgaditur nga Mariana Millosheva-Krushe e Dubravka Vellat, me kontributet e shumë autorëve, Fondacioni King Buduen me përkrahjen finansiare të BE-s 2007.
- Avokimi publik, S. Badviq e D. Alliq, BOSPO, Tuzlla, BeH (përfshinë edhe këtë literaturë të përmendur në publikacion)
 - Moving Towards Civil Society, Advocacy Institute, Washington, DC, 1995
 - A Media Guidebook for Women, United States Information Agency, 1995
 - Advocacy for Population and Reproductive Health, Susan B Aradeon, 2000
 - How and Why to Influence Public Policy, Centre for Community Change, 1996
 - Doracak për të drejtat e njeriut dhe përfaqësimin, Lindsay Judge, Miranda Kazantzis, 1999
 - Elements of Advocacy, Advocacy Institute, Washington, DC, 1996
 - Using the Media to Advance Your Issue, Advocacy Institute, Washington, DC, 1995
 - Winning Through Participation, Laura J. Spence, 1996
 - Shoqëria civile dhe demokracia lokale, Qendra për promovimin e shoqërisë civile, 2001.
- Përfaqësimi publik në bashkësinë lokale për përmirësimin e pozitës së organizatave joqeveritare, Gragjanske Inicijative, 2006, përgaditur nga Milenko Dereta, Radmilla Radiq Dudiq dhe Dubravka Vellat

- Pjesëmarrja e qytetarëve dhe e qytetareve në procesin e hartimit dhe të aplikimit të ligjeve dhe të instrumenteve tjera të politikave publike - Gragjanske Inicijative, me përkrahjen finansiare të BE-së. Përgaditur nga Dragan Golluboviq e Dubravka Vellat, 2009
- Advocacy Resources, Maria van Geest, Canada
- Komunikimi strategjik - Emagazin 47 - Alleksandra Hristov
- Avokimi e lobimi në parlament dhe organet e pushtetit ekzekutiv: përvojat krahasuese dhe rekomandimet për Serbinë, Dr Dragan Golluboviq, Botues Programi Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP), 2009
- Orsolya Lelkes, Ekskluzioni social në Evropën Qendrore – Lindore – koncepti, matja dhe politika e intervenimit 2006
- Karolína Miková, Dušan Ondrušek, Ján Mihálik (PDCS) – Avokimi publik dhe pjesëmarrja e publikut në kuadër të ndryshimeve të zhvillimit shoqërorë (2003)
- Byroja për hulumtimet shoqërore – Gjendja e bashkësisë politike të romëve në Serbi, OSBE, Beograd 2009
- Liam Carey i Keith Forrester – Qendrat e qytetërisë: fuqizimi, participimi dhe partneriteti, CDCC 2000
- Raportet për realizimin e projekteve të cilët i ka përkrahur BCIF (Fondi Ballkanik për Inicijativat Lokale)
- Raportet e trenerëve dhe e trenereve TIM TRI Gragjanske inicijativa

Botues:

Gragjanske inicijative, Beograd

Për botuesin:

Miljenko Dereta

Kopertina:

Vallençak

Pëgatitja e shtypja:

Yu TOP agjencia, Novi Sad

**Shoqata e Qytetarëve për Demokraci e Arsimim Qytetar
“Građanske inicijative” (Inicijativat Qytetare)**

Simina 9a, 11000 Beograd, Srbija

Telefon/fax: Centrali: 011/2623-980, 2623-974
2625-942, 2632-694
2633-465, 2632-535
2632-631

Programi për të Rinjtë : 011/3283-250, 3284-791

E-mail: civin@gradjanske.org

www.gradjanske.org