STRATEGJIA PËR

EDUKIMIN ZGJEDHOR

TË SHTETASVE

PËR ZGJEDHJET PËR ORGANET

E QEVERISJES VENDORE

1. QERSHOR 2015

**Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, është organi më i lartë shtetëror I përhershëm, i ngarkuar për administrimin e zgjedhjeve, drejton dhe verifikon të gjitha aspektet që kanë të bëjnë me zgjedhjet dhe referendumet, sipas dispozitave dhe rregullave të përcaktuara në Kodin Zgjedhor.**

**Për përmbushjen e këtij misioni, Edukimi i Zgjedhësve, është një nga drejtimet kryesore për standartet e procesit zgjedhor dhe mbështetje për demokracinë.**

PËRMBAJTJA:

**PJESA E PARË**

[KARAKTERISTIKA TË PËRGJITHSHME 4](#_Toc409277622)

[1 HYRJE 4](#_Toc409277623)

[2 EDUKIMI ZGJEDHOR I SHTETASVE 5](#_Toc409277624)

[3 QËLLIMI I STRATEGJISË 5](#_Toc409277625)

[4 OBJEKTIVAT 6](#_Toc409277626)

[5 FOKUSI I STRATEGJISË 6](#_Toc409277627)

[6 PROJEKTET E PËRGJITHSHME 7](#_Toc409277628)

[7 PROJEKTE SPECIFIKE PER EDUKIMIN, INFORMIMIN, SENSIBILIZIMIN E VOTUESVE TË RINJ 14](#_Toc409277629)

[8 PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PAKICAT KOMBËTARE 15](#_Toc409277630)

[9 PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PERSONAT ME AFTËSI TË KUFIZUAR 16](#_Toc409277631)

[10 PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR GRATË 17](#_Toc409277632)

[11 PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR SHTETASIT SHQIPTARË ME BANIM JASHTË SHTETIT 18](#_Toc409277633)

[12 PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PAKICËN KOMBËTARE ROME 19](#_Toc409277634)

[13 BASHKËPUNIMI I KQZ-SË ME INSTITUCIONET DHE ORGANIZATAT 19](#_Toc409277635)

[14 BUXHETI PËR REALIZIMIN E STRATEGJISË 20](#_Toc409277636)

[15 ZBATIMI I STRATEGJISË 20](#_Toc409277637)

**PJESA E PARË**

# KARAKTERISTIKA TË PËRGJITHSHME

# HYRJE

Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, në zbatim të kompetencës së tij, përcaktuar në nenin 21, pika 9, të Kodit Zgjedhor, merr masa dhe organizon programe për edukimin zgjedhor të shtetasve. Në periudhë zgjedhore, sikundër në çdo proces zgjedhor pararendës, Komisioni Qendror i Zgjedhjeve, intensifikon programet për edukimin, sensibilizimin dhe informimin e të gjithë zgjedhësve shqiptarë me qëllim ndërgjegjësimin për pjesëmarrje në votime, si e drejtë themelore kushtetuese, si detyrim qytetar, për ushtrimin e së drejtës së votës në respektim të plotë e korrekt të procedurave ligjore. Për realizimin e këtyre qëllimeve, KQZ miraton strategjinë e edukimit zgjedhor të shtetasve, një material bazik, nëpërmjet të cilit, në vlerësim të përmbushjes së suksesshme të detyrimit ligjor, nevojave dhe specifikave të grupeve të ndryshme të popullsisë, përcaktohen mënyrat, drejtimet dhe rrugët për perceptimin dhe ndërtimin e projekteve edukuese, informuese dhe sensibilizuese për votuesit shqiptarë për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore që do të zhvillohen në datë 21 qershor 2015.

Programet për edukimin zgjedhor të shtetasve, të zhvilluara në vijimësi gjatë vitit 2014, në 9 qarqe të vendit: Tiranë, Lezhë, Fier, Durrës, Gjirokastër, Kukës, Dibër, Vlorë, Berat, jo vetëm i kanë shërbyer përmbushjes së detyrimit ligjor, por kanë krijuar mundësitë për të evidentuar drejtpërsëdrejti nevojat e zgjedhësve për informacion lidhur me procesin zgjedhor në tërësi si dhe aspekte të veçanta të tij, mënyrat dhe mjetet më efikase për të shpërndarë informacionin, si në drejtim të edukimit, sensibilizimit apo informimit.

Në 26 programet e edukimit të zhvilluara gjatë vitit 2014, kanë marrë pjesë në total rreth 1000 votues, kryesisht të rinj dhe votues për herë të parë, të cilët ishin dhe target-grupi i synuar i programeve edukuese. Tema e trajtuar **“Të votosh vlerë e demokracisë - e drejtë dhe detyrë qytetare”**, si dhe simulimi praktik i procedurave të votimit në qendrën e votimit, u pritën me mjaft interes nga të rinjtë pjesëmarrës. Nëpërmjet pyetsorëve të plotësuar në fund të çdo programi edukues nga të rinjtë, janë evidentuar aspektet e procesit zgjedhor për të cilat ky target grup ka më tepër interes për informacion:

* si veprohet kur nuk gjendet emri në listën e zgjedhësve apo kur ai përmban pasaktësi;
* procedurat e votimit në qendrën e votimit dhe gjatë kryerjes së aktit të votimit, të drejtat dhe detyrimet e zgjedhësit.
* Gjithashtu, janë evidentuar dhe mënyrat e preferuara nga të rinjtë për informimin për procesin zgjedhor: nëpërmjet rrjeteve sociale si face book dhe tëiter.

Gjithashtu, gjatë vitit 2014 janë zhvilluar takime dhe anketime me zgjedhës të target grupeve specifike si të moshuar, gra, dhe studentë me qëllim përthitjen e mendimeve për mënyrat më efikase të shpërndarjes së informacionit zgjedhor për ta, si dhe problematikat/vështirësitë për pjesëmarrje në votim për këto grupe.

Nga anketimi i votueseve gra, kryesisht me arsim të mesëm osë tetë vjeçar, rezultojnë këto të dhëna:

* Vlerësohet realizimi i takimeve të drejtpërdrejta për shpërndarjen e informacionit zgjedhor; nuk janë përdoruese të internetit, nuk ndjekin rregullisht TV; nuk janë lexuese të shtypit të shkruar;
* Raste të deklarimit, megjithëse jo të konsiderueshme në raport me numrin e të anketuarave, se në dhomën e fshehtësisë shkojnë të shoqëruara;
* Nga anketimi i votuesve të moshuar, rezultojnë këto të dhëna:
* Vlerësohet shpërndarja e informacionit nëpërmjet TV, radios dhe shtypit të shkruar.

Nga anketimi i studentëve, rezulton nevoja për informacion për sistemin zgjedhor, mënyrën e administrimit të procesit zgjedhor.

# EDUKIMI ZGJEDHOR I SHTETASVE

Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë, në nenin 45, pika 1, sanksionon se “Çdo shtetas shqiptar mbi 18 vjeç ka të drejtë të zgjedhë dhe të zgjidhet’’ ndërsa në pikën 4 të nenit përcaktohet se “Vota është vetjake, e barabartë, e lirë dhe e fshehtë’’.

Mesazhet që KQZ do të synojë të përcjellë tek çdo votues për edukimin, informimin, sensibilizimin e zgjedhësve për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore të datës 21 qershor 2015, do të jenë:

* Garancitë kushtetuese për të drejtën për të zgjedhur dhe për tu zgjedhur, për lirinë, fshehtësinë dhe barazinë e votës;
* Qëllimi dhe fusha e veprimit të Kodit Zgjedhor për garantimin e tyre;
* Profesionalizimi dhe përkushtimi i KQZ-së, organit shtetëror që administron procesin zgjedhor, që garantojnë vlerën e çdo vullneti të shprehur, vlerën e VOTËS të çdo zgjedhësi në zgjedhjet e datës 21 qershor 2015.

# QËLLIMI I STRATEGJISË

Strategjia për edukimin zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore 2015, në përmbushje të misionit të KQZ-së për rritjen e standarteve të procesit zgjedhor, ka për qëllim përcaktimin e drejtimeve, formave e mjeteve që do të ndiqen me synim rritjen e pjesëmarrjes në votime, dhe ushtrimin e së drejtës për të zgjedhur në mënyrë korrekte, nëpërmjet informimit, sensibilizimit dhe edukimit të shtetasve.

Qëllimi më specifik i strategjisë është gjetja e formave sa më eficente të komunikimit me votuesit, koordinimi e më pas vënia në jetë e projekteve të ndryshme, në përmbushje të qëllimit për realizimin e programeve/projekteve për të shkuar sa më pranë çdo zgjedhësi. Përmushja e këtyre qëllimeve do të ndikonte në rritjen e pjesëmarrjes në votim, shmangien e gabimeve gjatë procesit për arsye mosnjohjeje të procedurave, apo dhe të fenomeneve negative që cënojnë standartet e procesit zgjedhor si votimi familjar etj. Për realizimin e këtij qëllimi, projektet e synuara, të përgjithshme apo specifike, do të bazohen në mirëplanifikim të veprimeve dhe mjeteve që mundesojnë arritjen e qellimit final, duke konsideruar fakte që influencojne/mund te influencojne në arritjen e qëllimit.

# OBJEKTIVAT

Në përmbushje te qëllimit te strategjisë, objektivat qe synohen te realizohen, nëpërmjet miratimit dhe më pas implementimit të kësaj strategjie, janë:

* Rritja e pjesëmarrjes së votuesve në zgjedhje duke i ndërgjegjësuar ata mbi rëndësinë e së drejtës të ushtrimit të votës, nëpërmjet paraqitjes së një informacioni me natyrë edukuese, sensibilizuese dhe informuese;
* Të sigurojë mirë informimin e të gjithë zgjedhësve për zhvillimin e zgjedhjeve për organet e qeverisjes vendore në datë 21 qershor 2015, orarin e hapjes dhe të mbylljes së qendrave të votimit, procedurat ligjore për përmbushjen në mënyrë korrekte të aktit të votimit;
* Të sigurojë që të gjithë votuesit të jenë të ndërgjegjshëm mbi të drejtat dhe detyrimet e tyre;
* Të sensibilizojë votuesin për të vlerësuar votën si vullnet dhe vendim i tij individual, dhe për të vlerësuar procesin e votimit në tërësi, si i lidhur ngushtë dhe përcaktues për jetën e tij në të ardhmen;
* Të rrisë besimin e votuesve tek administrimi i procesit zgjedhor, tek profesionalizmi dhe paanësia e KQZ-së në organizimin dhe administrimin e gjithë procesit.

Përvojat e zbatimit të strategjive të edukimit të zgjedhësve të aplikuara në proceset zgjedhore pararendëse, sukseset, problemet/kufizimet për aplikimin e tyre, do të vlerësohen për përzgjedhjen e programeve/projekteve/veprimeve/materialeve që do të aplikohen për informim, edukim, sensibilizim, të zgjedhësve për zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore të datës 21 qershor 2015.

Gjithashtu, strategjia për edukimin zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet vendore 2015, do të ndërtohet bazuar edhe në nevojat për informacion zgjedhor të caktuar, mënyrën më të mirë të përcjelljes së tij tek votuesi të evidentuara nga anketimi i grup moshave të ndryshme të target grupeve të ndryshme.

# FOKUSI I STRATEGJISË

Strategjia e KQZ-së për edukimin zgjedhor të shtetasve në tërësinë e vet i kushtohet të gjithë zgjedhësve. Projektet që u kushtohen të gjithë zgjedhësve cilësohen ndryshe “projekte të përgjithshme”.

Krahas projekteve të përgjithshme, me projekte specifike do të synohet të shkohet pranë zgjedhësve, që për specifika të ndryshme,kushtëzojnë/diktojnë dhënien e mesazheve edukuese/informuese/sensibilizuese në përputhje me nevojat e tyre. Target-grupet për të cilët do të realizohen projekte specifike:

* Votuesit e rinj;

*(votimi është eksperiencë e re për ta)*

* Pakicat kombëtare;

*(përshtatja e materialeve edukuese, informuese, sensibilizuese në gjuhët e tyre)*

* Personat me aftësi të kufizuar;

*(përshtatja e materialeve edukuese, informuese, sensibilizuese, për seicilën kategori në varësi të llojit të paaftësisë)*

* Gratë;

*(fenomeni i votimit familjar ndeshet tek ky target-grup)*

* Shtetasit shqiptarë me banim jashtë shtetit;

*(pavarësisht se me banin jo në territorin e Republikës së Shqipërisë, gëzojnë të drejtën për të zgjedhur)*

* *Romët.*

*(Target grup i cili përball me kushte të vështira ekonomike dhe sociale, në një pozitë shumë të pafavorshme në krahasim me pjesën tjetër të popullsisë dhe që në një numër të konsiderueshëm është i pa arsimuar).*

Projektet e përgjithshme dhe specifike do të synojnë:

**Informim zgjedhor:** data, orarin e votimit, llojin e zgjedhjeve, procedurat e votimit, të drejtat dhe detyrimet e zgjedhësit;

**Edukim zgjedhor:** përcjellja jo vetëm informacionin e nevojshëm për procesin zgjedhor, si gur themeli i demokracisë, dhe në këtë kontekst të krijojë dhe të forcojë kulturën e ushtrimit të së drejtës së votës, si e drejtë dhe detyrë qytetare.

**Sensibilizim:** pjesmarrja në zgjedhje, ushtrimi i të drejtës së votës në mënyrë të dobishme, si shprehje e vullnetit individual.

**PJESA E DYTË**

## KOMUNIKIMI ME ZGJEDHËSIT

# PROJEKTET E PËRGJITHSHME

Këto projekte adresojnë të gjithë zgjedhësit shqiptarë, prandaj do të realizohen me mënyra dhe mjete që realizojnë shpërndarjen e mesazheve në të gjithë teritorrin e vendit, dhe me të cilat shtetasit shqiptarë janë në kontakt të vazhdueshëm. Konkretisht:

mediat vizive (TV);

radio;

shtypi i shkruar;

vendet publike (afishim të materialeve, qendra për informim, materiale promocionale)

interneti (faqja zyrtare e KQZ-së, rrjetet sociale)

## PROJEKTI I PËRGJITHSHËM I EDUKIMIT TË ZGJEDHËSVE NËPËRMJET SPOTEVE TELEVIZIVE DHE RADIOFONIKE:

Projekti do të përfshijë përgatitjen dhe transmetimin e spoteve televizive dhe radiofonike për përcjelljen tek zgjedhësit të informacioneve zgjedhore më të rëndësishme. Projekti do të parashikojë përdorimin e medias televizive dhe radiofonike për të realizuar sa më mirë të jetë e mundur kontaktin me publikun. Spotet televizive, për vetë mundësinë që krijon media për përcjelljen e mesazheve në të gjithë territorin e vendit, krijojnë mundësinë e komunikimit me të gjithë shtetasit që kanë të drejtën e votës, për të informuar, sensibilizuar dhe edukuar për çdo aspekt të së drejtës së tyre të votës.

### Spoti televiziv I – informues & sensibilizues

Ky spot, i natyrës informuese dhe sensibilizuese, do të përcjellë tek zgjedhësit mesazhe motivuese për pjesëmarrje në votimin e 21 qershorit 2015, si ushtrim i së drejtës kushtetuese për të zgjedhur, dhe si detyrim qytetar, si dhe informacione të nevojshme për zgjedhësin në lidhje me:

* Qëllimin e votimit;
* Orari dhe data e votimit;
* Dokumentet e vlefshme të identifikimit;
* Veprimet e zgjedhësit kur emri i tij në listën e zgjedhësve mungon ose përmban pasaktësi.

**Metodologjia e realizimit:** Realizimi i spotit për përcjelljen e këtij informacioni do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim. Spoti duhet të jetë bashkëkohor dhe të përcjellë mesazhet e paracaktuara në formë sa më lehtësisht të kuptueshme nga zgjedhësit.

Ky spot do të transmetohet për një periudhë 30 ditore, në dy TV kombëtare (mbulimi i gjithë territorit), dhe që kanë shikueshmëri të lartë (duke synuar komunikimin me një numër sa më të madh zgjedhësish). Spoti do të transmetohet duke filluar nga data 21 maj, dhe do të ketë një kohëzgjatje prej 30 sek. Ai do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, pasi nuk mund të ndahet apo fragmentarizohet.

### Spoti televiziv II- informues & edukues

Spoti II do të ketë karakter informues dhe edukues duke përshkruar hapat që ndiqen në qendrën e votimit në ditën e zgjedhjeve, si dhe:

* Qëllimin e votimit;
* Orari, data e votimit,
* dokumentet e vlefshme të identifikimit;
* Veprimet e zgjedhësit në Qendrën e Votimit;
* Veprimet e ndaluara gjatë votimit;

zgjedhësin që nuk mund të votojë vetë, kush mund ta ndihmojë, detyrat dhe përgjegjësitë e zgjedhësit që ndihmon zgjedhësin tjetër.

**Metodologjia e realizimit:** Realizimi i spotit televiziv për përcjelljen e këtij informacioni do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim. Spoti duhet të jetë bashkëkohor dhe të përcjellë mesazhet e paracaktuara në formë sa më lehtësisht të kuptueshme nga zgjedhësit. Ky spot do të ketë një kohëzgjatje prej 30-45 sekondash (synon të transmetojë një numër me të madh mesazhesh) dhe do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, pasi nuk mund të ndahet apo fragmentarizohet.

Transmetimi i spoteve televizivë: do të ndjekë një strategji të qartë dhe të mirëpërcaktuar transmetimi në TV e përzgjedhura, duke synuar oraret/programet me shikueshmëri më të lartë, dhe me frekuencë të transmetimit në rritje drejt afrimit të datës së zgjedhjeve.

Do të shfaqen me frekuenca më të rralla për 15 ditët e para. Në 15 ditorin e dytë do të transmetohen me shpeshtësi më të madhe, për një eficencë maksimale në shpërndarjen e mesazheve.

Këto spote do të publikohen në faqen zyrtare të KQZ-së dhe në rrjetet sociale Facebook dhe Youtube, si dhe do të transmetohen përgjatë gjithë muajit përpara ditës së zgjedhjeve në linjat urbane brenda qyteteve (në ato linja që e mundësojnë këtë shërbim).

**Spotet Radiofonike** do të jenë një tjetër element kyç i fushatës edukuese zgjedhore për zgjedhjet e datës 21 qershor 2015. Radio mbetet gjithmonë një mjet tepër i rëndësishëm komunikimi, pasi programacionet e saj nuk ndiqen vetëm në ambientet familjare apo publike, por dhe në automjete si të përdorimit privat vetjak ashtu dhe ato të përdorimit publik. Madje, është për t’u theksuar fakti që ndër ndjekësit më të rregullt të këtyre programeve janë të rinjtë, pikërisht ai target grup, pranë të cilëve synohet të shkohet më shumë. Eshtë e domosdoshme që spotet të ruajnë një karakter të thjeshtë, të kuptueshëm për të patur efektin e tyre maksimal.

Do të ketë dy spote të ndyshme radiofonike jo vetëm për të mos krijuar konfuzion në informacion, por dhe për të mos krijuar ngarkesë të panevojshme, duke siguruar kështu maksimumin e vëmendjes së dëgjuesve.

**Spoti Radiofonik I**, me përmbajtje informuese dhe edukuese do të përcjellë mesazhe për:

* Datën e zgjedhjeve;
* Qëllimin e votimit;
* Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në QV;
* Fletën e votimit;
* Mënyrën e rregullt të votimit;

**Spoti radiofonik II** do të përmbajë mesazhe për ndërgjegjësimin zgjedhor të shtetasve, duke synuar përcjelljen e mesazhe sensibilizuese në funksion të rritjes së pjesëmarrjes në votime:

* Për çfarë votohet në Zgjedhjet Vendore 2015?
* Verifikimin e emrit në listën e zgjedhësve;
* Sensibilizimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime;
* Oraret e votimit;
* Rritjen e ndjeshmërisë dhe përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit;
* Data e zgjedhjeve dhe orari i votimit.

**Metodologjia e realizimit** Realizimi i spoteve radiofonike për përcjelljen mesazheve të paracaktuara do të bëhet nga subjekte që do të kontraktohen për këtë qëllim.

Seicili prej spoteve radiofonike do të ketë një format prej 30-45 sekondash. Spotet radiofonike, nëpërmjet mesazheve që do të përcjellin, synojnë që pasi zgjedhësit jo vetëm të njihen me datën, orën e votimit, të drejtat dhe detyrat e tyre në procesin zgjedhor, të krijojnë bindjen se marrja pjesë në votime është një detyrë qytetare. Duhet të ruhet koncepti i saktë dhe mbi fashën e orareve të transmetimit, pasi ky element është shumë i rëndësishëm. Këto spote radiofonike do të transmetohen në 4 radiot me dëgjueshmërinë më të lartë.

**Transmetimi i spoteve** radiofonikë do të ndjekë të njëjtën strategji me atë të spoteve televizivë. Dy spotet radiofonike do të transmetohen për një periudhë 30 ditore duke filluar nga data 21 maj, në në 4 radio kombëtare (mbulimi i gjithë territorit), me dëgjueshmërinë më të lartë (duke synuar komunikimin me një numër sa më të madh zgjedhësish).

## PROJEKT I PËRGJITHSHËM PËR EDUKIMIN NË DISTANCË

Jetojmë në epokën e internetit dhe të mijëra e mijëra shtetasve që “lundrojnë” në rrjet, brenda dhe jashtë vendit . Në këtë kontekst del si domosdoshmëri paraqitja e informacioneve dhe materialeve në faqen zyrtare të internetit të KQZ-së në një mënyrë sa më atraktive pasi dihet mirë se frekuentuesit e kësaj forme komunikimi janë thuajse tërësisht të rinj, target shumë i rëndësishëm për numrin, potencialet, dhe synimin e KQZ-së për të kultivuar tek ta kulturën zgjedhore. Në këtë kontekst, të gjithë materialet e projekteve të përgjithshme (spote, postera, fletëpalosje) do të prezantohen në faqen zyrtare të internetit të KQZ-së në një vend të dukshëm, në formë interaktive dhe atë të një pakete të plotë informative, në mënyrë që zgjedhësit të kenë mundësi të shkarkojnë nga interneti të gjithë informacionin e nevojshëm zgjedhor. Në këtë vend do të përmblidhet i gjithë informacioni zgjedhor, i cili do të përgatitet në formë audio-vizive e të shkruar për zgjedhësit. Çdo mik i faqes do të informohet për mundësinë për të ndjekur ‘on line’ të gjitha mbledhjet e KQZ-së, brenda dhe jashtë vendit, për t’i dhënë çdo të interesuari të kuptojë se si funksionon institucioni, cilat janë përgjegjësitë ligjore të tij, si dhe të ndjekë në dinamikë ecurinë e procesit zgjedhor, përgatitjeve, administrimit, dhe rezultatet e tij. Kjo i shërben KQZ-së, në funksion të transparencën e punës, dhe qëllimit për rritjen e besueshmërisë publike në mënyrën e administrimit e procesit.

## PROJEKT I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET NËPËRMJET FORMAVE TË SHKRUARA

Ky projekt i përgjithshëm synon përgatitjen dhe përcjelljen e informacioneve të ndryshme dhe njohurive zgjedhore në formë të shkruar te zgjedhësit.

Format e shkruara, duke realizuar kuptueshmeri më të mirë të mesazhit që komunikohet, janë mjet efikas komunikimi që sigurojnë komunikim efektiv me zgjedhësit.

**Fletëpalosjet**  si mjete që përdoret nga zgjedhësi në mënyrë vetjake, dhe që për vetë mënyrën e strukturimit/përmasave të tyre krijojnë mundësi për trajtimin e shumë temave, do të synojnë dhënien e:

* Informacione mbi të drejtën e votës;
* Informacion mbi zgjedhjet;
* Data e zgjedhjeve.
* Qëllimin e votimit;
* Kush voton?
* Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në QV;
* Oraret e votimit;
* Fletën e votimit;
* Mënyrën e rregullt të votimit;
* Rregullat që duhet të zbatojnë zgjedhësit gjatë procesit të votimit;
* Për çfarë votohet në zgjedhjet vendore 2015;
* Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime;
* Hapat që duhet të ndërmarrë zgjedhësi, nëse nuk gjen emrin në listën përfundimtare;
* E drejta e zgjedhësit me pa aftësi fizike për tu asistuar gjatë procedurave dhe aktit të votimit, kush mund të ndihmojë, detyrimet e zgjedhësit që ndihmon një zgjedhës tjetër;

**Fletëpalosja I** e konceptuar si fletëpalosje xhepi, praktike për përdorim vetjak, do të japë informacion të detajuar se si të votosh në mënyrë të rregullt, hap pas hapi, duke filluar që nga momenti para se të hysh në qendrën e votimit dhe deri në përfundim të votimit. Fletëpalosja do të shoqërohen edhe me ilustrime (figura demostruese) për të shpjeguar nga ana vizuale veprimet që përshkruhen me fjalë. Fletëpalosja do të prodhohet në një sasi prej 60 000 copësh dhe do të shpërndahet në qendrat që do të ngrihen për informim publik, në shkolla dhe ambjente universitare, në pika të kalimit kufitar për të gjithë shtetasit shqiptarë që hyjnë në territorin e vendit gjatë muajit qershor 2015. Gjithashtu, kjo fletë palosje do të prodhohet në sasinë prej 2000 copësh në gjuhë të ndryshme për t’u shpërndarë sipas zonave të caktuara ku ka përqendrim të pakicave kombëtare (greke 800, maqedonase 400, arumune 400 dhe rome 400), numër i përllogaritur në bazë të të dhënave dërguar nga INSTAT-it me shkresën nr. 1389/1 prot, datë 26.12.2014 drejtuar KQZ-së.

**Fletëpalosja II** e konceptuar në format 85x400 do të përcjellë tek zgjedhësit informacion zgjedhor, për sistemin zgjedhor, procesin zgjedhor, rëndësinë e tij, menaxhimin dhe administrimin e tij nga administrata zgjedhore. Të gjitha këto mesazhe që i shërbejnë edukimit të zgjedhësve, forcimit të besimit të tyre tek vota, forcimit të besimit të tyre për mirëadministrimin e saj, do të konceptohen në një gjuhë dhe formë sa më të thjeshtë për t’u kuptuar lehtësisht nga zgjedhësit, si dhe do të pajisen me ilustrime dhe figura për të qënë sa më të kuptueshme prej tyre.

Me qëllim shpërndarjen tek një numër sa më i konsiderueshëm zgjedhësish të këtyre mesazheve, që i shërbejnë forcimit të kulturës zgjedhore dhe besimit tek vota, kjo fletëpalosje do të prodhohet në një sasi prej 60 000 kopjesh dhe do të shpërndahet në qendrat që do të ngrihen për informim publik, në shkolla dhe ambjente universitare, në pika të kalimit kufitar për të gjithë shtetasit shqiptarë që hyjnë në territorin e vendit gjatë muajit qershor 2015. Gjithashtu, kjo fletë palosje do të prodhohet në sasinë prej 2000 copësh në gjuhë të ndryshme për t’u shpërndarë sipas zonave të caktuara ku ka përqendrim të pakicave kombëtare.

**Posterat** synojnë edukimin &sensibilizimin e zgjedhësve nëpërmjet informacioneve të detajuara për:

* hapat që do të ndiqen për procedurën e votimit, si të votosh në mënyrë të rregullt, hap pas hapi, duke filluar që nga momenti para se të hysh në qendrën e votimit dhe deri në përfundim të votimit;
* çfarë nuk lejohet në qendrën e votimit;
* ndalimin e votimit në grup, atij familjar.

Posterat të cilat do të vendosen në të gjithë ambientet zgjedhore dhe hyrjet pranë tyre zyrat e KZAZ-ve,zyrat rajonale të KQZ-së, qendrat e votimit, duke synuar informimin, edukimin dhe ndërgjegjësimin e zgjedhësit edhe në momentin përpara se ai të kryejë procedurat e votimit, dhe aktin e votimit, do të japin mesazhe mbi:

* Qëllimin e votimit;
* Kush voton ?
* Fletën e votimit;
* Mënyrën e rregullt të votimit;
* Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në qendrën e votimit;
* Datën e zgjedhjeve, oraret e votimit;
* Rregullat që duhet të zbatojnë zgjedhësit gjatë procesit të votimit;
* Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime;
* Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit;
* Integriteti i procesit të votimit që garanton fshehtësinë e votës;
* Kontrolli për mënyrën e përmbushjes së rregullt të detyrës nga komisioneri zgjedhor;

Posterat, për përcilljen e këtyre mesazheve që do të jenë 3 lloje:

* për procedurat e votimit,
* për ndërgjegjësim e zgjedhësve për pjesëmarrje në votime,
* për veprimet/mjetet e ndaluara ne qendrën e votimit
* për sanksionet për komisionerët zgjedhorë në rast të moszbatimit të ligjit zgjedhor;

Secili prej tyre është menduar të prodhohet në sasinë 20 000 copë.

**Mediat e shkruara**, gazetat, si mjet efikas komunikimi, pasi përdoren gjerësisht nga shtetasit.

Njoftimet/posterat që do të publikohen në gazeta do të jenë sensibilizues dhe informues, duke synuar ndërgjegjësim për pjesëmarrje në votime të shtetasve me të drejtë vote, dhënien e informacionit për çfarë votohet, datën e zgjedhjeve, oraret e votimit.

**Publikimi:** Gazetat ku do të publikohen njoftimet/posterat, do të përzgjidhen në bazë të tirazhit të tyre, shpërndarjes dhe kopjeve të shitura. Keto publikime duhet të jenë një faqe e plotë gazete dhe duhet të botohen çdo dite gjate 30 diteve te fundit nga data e zgjedhjeve (21 Maj – 21 Qershor) ne dy gazeta.

## PROJEKT I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI NËPËRMJET PIKAVE TË INFORMIMIT TË ZGJEDHËSVE

Duke qenë se kontakti i drejtpërdrejtë me zgjedhesit është edhe më i efektshmi, bazuar dhe në anketimet e kryera, është menduar të ngrihen 12 pika informimi në 12 qytete qendra qarqesh në të gjithë vendin. Pikat e informimit do të ofrojnë për të gjithë të interesuarit/kalimtarët informacion zgjedhor si nëpërmjet materialeve edukuese dhe informuese të prodhuara (fletëpalosjeve, manual për zgjedhësin), gjithashtu personeli i angazhuar pranë tyre do t’u përgjigjet pyetjeve të mundshme të të interesuarve.

**Nevoja për realizimin e projektit** Pikat e informimit të zgjedhësit vendosen në çadra me hapësirë, dhe të pranishëm në to do të jenë 2 persona, të cilët, pasi të jenë trajnuar, do të japin informacione mbi zgjedhjet si dhe do të shpërndajnë fletëpalosje, dhe materiale të tjera. Synohet që pranë tyre të angazhohen dhe të rinj vullnetarë.

## PROJEKT I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET MATERIALEVE PROMOCIONALE

**bill-board, city lights**, do të vendosen në 12 qytete qendër qarku, një muaj para datës së zgjedhjeve do synojnë ndërgjegjësim për pjesëmarrje në votime të shtetasve me të drejtë vote, do të japin informacion për çfarë votohet, datën e zgjedhjeve, oraret e votimit.

**Përmbajtja e posterave të mëdhenj në rrugët e qyteteve ( bill-board)**

Do të prodhohen 2 lloje posterash në këto përmasa të cilat do të vendosen në 20 ( bill-board), në qytetet kryesore për një periudhë 30 ditore. Në këto postera do të jepen mesazhe mbi:

* Për çfarë votohet ?
* Kush voton ?
* Kur votohet ?
* Thirrje për pjesëmarrjen në votime.
* Datën e zgjedhjeve.
* Emërtimi i plotë i KQZ-së, logo e saj, si dhe logo e slogani i zgjedhjeve .

**Njoftimet e ndriçuara (City Lights)** do të publikohen aty ku këto mjete janë të vendosura nëpër qendrat urbane. Është menduar që të ketë 30 City Lights të cilat do të vendosen për 30 ditë. Ato do të kenë dy anë. Në secilën prej këtyre anëve do të vendosen mesazhe që do të ketë informacione mbi:

* Për çfarë votohet ?
* Kur votohet ?
* Data e zgjedhjeve;
* Thirrje për pjesëmarrje në zgjedhje;
* Emërtimi i plotë i KQZ-së, logo e saj, si dhe logo e slogani i zgjedhjeve .

**Materiale promocionale si:**

**Kalendarë tavoline me informacion zgjedhor (600 copë) bluza (5000), kapele (5000), stilolapsa (160 000) aromatizues makine (5000 copë), mbajtëse çelësash (5000 copë),**

të cilët do të ketë të stampuar logon e institucionit/ të zgjedhjeve, datën e zgjedhjeve dhe slloganin e zgjedhjeve. Këto do t’i shërbejnë “miqësimit” të KQZ-së me zgjedhësit, sensibilizimit dhe informimit të tyre për zgjedhjet e datës 21.06.2015, dhe do të shpërndahen për zgjedhësit që do të vizitojnë qendrat e informimit, si dhe gjatë takimeve të drejtpërsrejta që do të realizohen.

**PROJEKTET SPECIFIKE**

# PROJEKTE SPECIFIKE PER EDUKIMIN, INFORMIMIN, SENSIBILIZIMIN E VOTUESVE TË RINJ

## Takime të drejtpërdrejta me votuesit e rinj në shkollat e mesme dhe universitete

Edukimi zgjedhor i votuesve të rinj do të materializohet nëpërmjet zbatimit të një projekti të veçantë për këtë grup të zgjedhësve, i cili parashikon realizimin e një cikli takimesh me të rinjtë që studiojnë në shkolla të mesme dhe universitete. Nxënësit e vitit të fundit në shkollat e mesme apo të vitit të parë të universiteteve janë dhe kontigjenti më parësor mes zgjedhësve të rinj. Me këtë target grup, për vetë formimin dhe aspiratat, shihet edhe mundësia më e madhe për një komunikim masiv, jo thjesht e karakterit informues dhe sensibilizues, por edhe ai i karakterit edukues. Programet edukuese të zhvilluara me të rinjtë në të gjithë qarqet e vendit gjatë vitit 2014, temat e përgatutra dhe të trajtuara nëpërmjet prezantimeve me poëer-point, janë një eksperiencë e mirë sa i përket fokusimit tek çështje me interes për këtë kontigjent, ashtu dhe për anën organizative dhe logjistike për realizimin e projektit. Në këto materiale dhe takime do të shpjegohen në mënyrë të detajuar dhe të thjeshtëzuar koncepte thelbësore që kanë të bëjnë me zgjedhjet dhe sidomos rolin që kanë të rinjtë në këtë proces, dhe do të shoqërohen me simulim të procesit të votimit. Nëpërmjet këtij materiali do të përcillen njohuri zgjedhore në lidhje me:

* Zgjedhjet
* Sistemin zgjedhor
* Të drejtën për të zgjedhur dhe për tu zgjedhur
* Çështje zgjedhore për të cilat të rinjtë kanë interes do të trajtohen në formën e “Pyetje- Përgjigje”.

Mënyra e realizimit do të hartohet kalendari i takimeve me shtrirje sa më të gjerë, duke përjashtuar qytetet në të cilat programet edukuese u zhvilluan gjatë vitit 2014. Do të bashkëpunohet me Drejtoritë Rajonale Arsimore në Qarqe, Drejtoritë e Shkollave, Rektoratet e Universiteteve. Njoftime, për realizimin e programeve sipas qyteteve do të publikohen në media.

Programet do të realizohen nga stafi i KQZ. Të rinjve do t’u shpërndahen fletë palosje dhe materiale promocionale.

## Takime të drejtpërdrejta me votuesit e rinj në zona rurale dhe zona të vogla urbane

Ajo që do të përbëjë synimin kryesor të këtij projekti do të jetë shtrirja e tij në zona rurale apo dhe zona të vogla urbane, pasi me të rinjtë e këtyre zonave nuk u zhvilluan programe edukimi gjatë vitit 2014, dhe pasi jo rrallë herë, në këto zona janë konstatuar jo vetëm raste të votimit familjar, por ajo çka konsiderohet si pjesa më e rrezikshme në procesin e votimit: diktimi i votës!

**Mënyra e realizimit** do të hartohet kalendari i takimeve që do të synojë realizimin e tyre në zona rurale apo dhe zona të vogla urbane me shtrirje në të gjithë vendin. Do të bashkëpunohet me Drejtoritë Rajonale Arsimore në Qarqe, Drejtoritë e Shkollave, Rektoratet e Universiteteve. Njoftime, për realizimin e programeve sipas qyteteve do të publikohen në media.

Programet do të realizohen nga stafi i KQZ, dhe në vlerësim të rëndësisë së projektit, edhe nga anëtarë të KQZ-së. Të rinjve do t’u shpërndahen fletë palosje dhe materiale promocionale.

# PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PAKICAT KOMBËTARE

Referuar të dhënave zyrtare, rezulton se pakicat kombëtare në vendin ynë tonë janë:

greke, maqedonase, rome, malazeze dhe arumune. Në projektin e përgjithshëm të edukimit nëpërmjet formave të shkruara, është parashikuar informimi, sensibilizimi i këtyre target-grupeve nëpërmjet fletpalosjeve me informacionin e nevojshëm zgjedhor në gjuhët respektive.

Por, zbatimi i projekteve më specifike informative dhe sensibilizuese për këto grupe të popullsisë është i rëndësishëm në funksion të rëndësisë së zgjedhjeve vendore për komunitetet vendore, dhe me synim përfshirjen e tyre në proceset politiko–shoqërore në vendin ku ata jetojnë.

## Takimet e drejtpërdrejta me zgjedhës të pakicave kombëtare.

Impakti më i madh në funksion të informimit dhe sensibilizimit, arrihet me anë të kontakteve dhe aktiviteteve të drejtpërdrejta në zonat e populluara me shumicë nga pakicat respektive. Janë planifikuar të kryhen 5 takime:

* Në Vlorë dhe Gjirokastër me komunitetin grek;
* Në Korçë me komunitetin maqedonas;
* Në Tiranë me komunitetin rom;
* Në Shkodër me komunitetin malazez;
* Në Fier me komunitetin arumun;

**Realizimi i projektit**: Është bashkëpunuar paraprakisht me Komitetin Shtetëror të Minoriteteve, nga janë siguruar emrat e organizatave me përfaqësuese të pakicave respektive, kontaktet e tyre. Për suksesin e realizimit të projektit, do të bashkëpunohet me këto organizata, ambientet për realizimin e takimeve do të sigurohen falë bashkëpunimit me pushtetin vendor.

## Realizimi i posterit me përmbajtje të veçantë për zgjedhësit e pakicave kombëtare.

 Eksperiencat e proceseve zgjedhore të mëparshme, kanë dëshmuar se zgjedhësit e pakicave kombëtare kanë vështirësi për të njohur përmbajtjen e fletës së votimit, për shkak të mos njohjes së gjuhës shqipe të shkruar.

Për shmangien e kësaj vështirësie, është menduar prodhimi i një posteri që do të pasqyrojë fletët e votimit të njësive të qeverisjes vendore ku kanë banimin këta zgjedhës në gjuhët e tyre.

**Realizimi i projektit:** Nga informacioni i marrë nga Komiteti Shtetëror i Minoriteteve, janë siguruar të dhëna dhe kontakte për përkthyes të seicilës prej gjuhëve të flasin pakicat kombëtare. Këta përkthyes do të kontaktohen, dhe do të realizojnë përkthimin e fletës së votimit. Do të prodhohen:

* Në gjuhën greke 1400 copë (për njësitë administrative ku ka përqëndrime të pakicës kombëtare greke në qarkun Vlorë dhe Gjirokastër)
* Në gjuhën maqedonase 50 copë (për njësitë administrative ku ka përqëndrime të pakicës kombëtare greke në qarkun Korçë)
* Në gjuhën romishte dhe egjiptiane 50 copë (për njësitë administrative ku ka përqëndrime të pakicës kombëtare rome dhe egjiptiane në qarkun Tiranë)
* Në gjuhën arumune 50 cope (për njësitë administrative ku ka përqëndrime të pakicës kombëtare arumune në qarkun Fier)

# PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PERSONAT ME AFTËSI TË KUFIZUAR

Informimi dhe sensibilizimi i të gjithë kategorive të personave me aftësi të kufizuar kërkon realizimin e projekteve specifike në funksion të nevojave të këtij target grupi.

## **Realizimi i një spoti informues për personat me aftësi të kufizuar**.

## Ky spot do të informojë këtë target grup për mënyrën e dhënies së ndihmës për ta nga zgjedhës të tjerë gjatë kryerjes së procedurave të votimit dhe aktit të votimit, procedurat që do të ndiqen në këtë rast, kush mund t’ja japë ndihmën, detyrimet e atij që do të japë ndihmën për mos shtrembërimin e vullnetit të zgjedhësit PAK. Ky spot do t’i shërbejë rritjes së pjesëmarrjes së kësaj kategorie në votime.

Metodologjia e realizimit:Realizimi i spotit televiziv për përcjelljen e këtij informacioni për personat PAK do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim, në bashkëpunim me organizatat përfaqësuese të zgjedhësve PAK. Spoti duhet të përcjellë informacionin në formë sa më lehtësisht të kuptueshme nga zgjedhësit PAK. Ky spot do të ketë një kohëzgjatje prej 20-30 sekondash dhe do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, pasi nuk mund të ndahet apo fragmentarizohet. Do të transmetohet në dy media në periudhën një muaj para datës së zgjedhjeve.

## Punësimi i personave PAK si personel i përkohshëm

KQZ në vijimësi ka kontaktuar me organizatat përfaqësuese të personave PAK, me qëllim diskutimin me këto grupe të interesit të gjetjes së mënyrave dhe formave më të mira për krijimin e kushteve për ushtrimin e së drejtës së votës nga zgjedhësit PAK. Gjithashtu, janë punësuar si personel i përkohshëm persona PAK, që kanë ndihmuar me ide konkrete si për edukimin zgjedhor të këtij grupimi, ashtu dhe për trajnimin e komisionerëve zgjedhorë për asistencë të kësaj kategorie. Edhe për përgatitjen e këtyre zgjedhjeve do të punësohen persona PAK pranë administratës së KQZ (edukim, trajnim), si dhe pranë Zyrave Rajonale Zgjedhore për të ndjekur në dinamikë problematikat e ndryshme për votimin e kësaj kategorie.

## Sensibilizimi i institucioneve shtetërore për krijimin e kushteve lehtësuese për votimin e zgjedhësve PAK

KQZ, ka kërkuar nga kryetarët e njësive vendore, dërgimin e të dhënave për QV ku votojnë zgjedhësit PAK. Mbi bazë të këtij informacioni, për QV e identifikuara ku do të votojnë zgjedhësit para-tetra plegjikë, dhe që nuk janë të pajisura me rampa, do të synohet bashkëpunimi me institucionet që i kanë në pronësi apo përgjegjësi administrimi, për të krijuar përshtatshmërinë e objekteve nëpërmjet ndërtimit të rampave në to.

# PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR GRATË

Do të synojë të theksojë në mënyrë të veçantë rëndësinë dhe vlerën e votës, si një e drejtë individuale duke sjellë në vëmendje që votimi familjar, jo vetëm që është i ndaluar me ligj, por edhe ndikon në shprehjen e lirë të mendimit të tyre.

## Edukimi i grave nëpërmjet spoteve televizive dhe mediave të shkruara

Do të prodhohet spot i veçantë, dhe fletëpalosje, ku do të jepen mesazhe të qarta inkurajuese për të sensibilizuar gratë e të gjitha moshave dhe profesioneve, gratë e zonave rurale, gratë shtëpiake, etj. Materilet do të jenë edukuese, informuese dhe sensibilizuese, duke përcjellë mesazhe për:

* Parandalimin e votimit familjar;
* Promovimin e pjesëmarrjes së grave në votime;
* Ushtrimin e votës nga gratë në mënyrë të drejtpërdrejtë dhe të pandikuar;

**Metodologjia e realizimit:** Realizimi i spotit televiziv për përcjelljen e këtij mesazhi për gratë do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim, në bashkëpunim me organizatat më përfaqësuese të grave. Spoti duhet të përcjellë mesazhin në formë sa më bashkëkohore dhe do të ketë një kohëzgjatje prej 20-30 sekondash dhe do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, pasi nuk mund të ndahet apo fragmentarizohet. Do të transmetohet në dy media kombëtare dhe dy radio në periudhën një muaj para datës së zgjedhjeve, në orare të përshtatshme të programit ditor duke piketuar emisionet më të ndjekura nga ky grupim.

## Informimi dhe sensibilizimi i grave nëpërmjet takimeve

Do të bashkëpunohet ngushtë me OJF-të e ndryshme që operojnë në mbrojtje të të drejtave të grave, dhe që kanë në zbatim projekte të rëndësishme për to, me qëllim realizimin e takimeve me gra të zonave rurale apo të zonave të vogla urbane, ku fenomeni i votimit familjar, apo i ndikimit në votën e grave është me evident.

# PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR SHTETASIT SHQIPTARË ME BANIM JASHTË SHTETIT

Shtetasit shqiptarë që janë me banim jashtë territorit të Republikës së Shqipërisë potencialisht kanë të drejtën e ushtrimit të votës. Në rast se, secili prej tyre gjendet i pranishëm në ditën e zgjedhjeve në Republikën e Shqipërisë, shtetasi mund dhe duhet ta ushtrojë këtë të drejtë. Në këto kushte, informimi dhe sensibilizimi i këtyre zgjedhësive do të realizohet me projekte të veçanta.

## Bashkëpunimi me organizatat përfaqësuese të komuniteteve shqiptare me banim jashtë vendit.

Për realizimin e këtij projekti duhet bashkëpunuar me organizatat përfaqësuese të komuniteteve shqiptare me banim jashtë vendit, tu dërgohen atyre fletëpalosje për t’i shpërndarë. Ky projekt synon shtrirjen e informimit dhe sensibilizimit tek një masë sa më e madhe e këtij komuniteti, për të mos u mjaftuar vetëm me ata shtetas që do të vijnë në atdhe një muaj para zgjedhjeve, e që do të pajisen me këto fletëpalosje në pika e kalimit kufitar.

## Takime informuese dhe sensibilizuese me shtetasit shqiptarë që banojnë jashtë atdheut

Në varësi të mundësive, mund të konsiderohet edhe ky projekt për informimin e drejtpërdrejtë të shqiptarëve me banim jashtë atdheut, shpërndarja e materialeve edukuese dhe promocionale për ta.

# PROJEKTI SPECIFIK I INFORMIMIT DHE SENSIBILIZIMIT PËR PAKICËN KOMBËTARE ROME

## Takime të drejtpërdrejta me zgjedhës rom

Zgjedhësit rom, janë grupi më i margjinalizuar social dhe që vuan mungesën e informimit dhe socializimit për shkak të analfabetizmit, kushteve tejet të vështira ekonomike. Do të synohen veçanërisht brenda këtij grupimi, realizimi i takimeve me gratë dhe të rinjtë romë.

## Do të bashkëpunohet ngushtë me OJF-të e ndryshme që operojnë në mbrojtje të drejtave të romëve, dhe që kanë në zbatim projekte të rëndësishme për këtë kategori, me qëllim realizimin e takimeve, ku do të shpërndahet informacion për rëndësinë e votimit, vlerën e votës, për çfarë votohet, kush gëzon të drejtën për të votuar, data, oraret e votimit dhe procedurat e votimit, dokumentacioni i nevojshëm që duhet të paraqitet për të votuar fenomenin e votimit familjar, apo i ndikimit në ushtrimin e të drejtës së votimit. Gjithashtu do të trajtohet mundësia që jep ligji zgjedhor për personat që nuk mund të ushtrojnë vetë të drejtën e votës.

Informimi i zgjedhësve të këtij grupimi, nëpërmjet trajtimit të këtyre temave në takime të drejtpërdrejta synon rritjen e pjesëmarrjes së këtij grupimi në votime.

**PJESA E TRETË**

# BASHKËPUNIMI I KQZ-SË ME INSTITUCIONET DHE ORGANIZATAT

Për impelmentimin e Strategjisë së Edukimit të Shtetasve për Zgjedhjet për organet e qeverisjes vendore të datës 21 qershor 2015, Komisioni Qendror i Zgjedhjeve do të bashkëpunojë ngushtë me insitucionet shtetërore , të cilat kanë lidhje direkte apo indirekte me procesin zgjedhor si Ministria e Arsimit, Ministra e Punëve të Brendshme, Ministria e Mirëqenies Sociale dhe Rinisë, etj; me organizata të shoqërisë civile, të cilat përfaqësojnë interesa specifike të grupeve të ndryshme të shoqërisë si dhe organizata të tjera që veprojnë në fushën e zgjedhjeve, demokracisë, qeverisjes, drejtësisë dhe që janë të interesuara të bashkëpunojnë në zbatimin e projekteve të edukimit zgjedhor të shtetasve.

Nëpërmjet këtij bashkëpunimi, KQZ do të synojë të koordinojë projektet e veta të edukimit zgjedhor të shtetasve me projektet specifike të tyre, në mënyrë që në këtë proces të përfshihen sa më shumë aktorë, të cilët mund të ofrojnë kontributin e tyre në shërbim të ndërtimit të vlerave të demokracisë në Shqipëri. Do të mbahet parasysh fakti që, bashkëpunimi të forcohet me organizata që kanë eksperiencë në veprimtari zgjedhore, në mënyrë që shkëmbimi i eksperiencës të shërbejë në garantimin e suksesit të zbatimit të projekteve të edukimit zgjedhor të shtetasve edhe në periudhë jo zgjedhore.

Vend të rëndësishëm do të zërë bashkëpunimi me partnerët ndërkombëtarë, si OSBE, KE, USAID, UNËOMEN, IFES etj., të cilët edhe në këtë proces zgjedhor, sikundër është dëshmuar në vijimësi, do të asistojnë të gjithë veprimtarinë e institucionit, me asistencë teknike dhe kontribute financiare. Në këtë kuadër, implementimi i projekteve të strategjisë së edukimit zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet vendore 2015, për nga vetë rëndësia dhe qëllimi i tyre, padyshim do të ketë vëmendjen dhe asistencën e partnerëve ndërkombëtarë.

# BUXHETI PËR REALIZIMIN E STRATEGJISË

Buxheti për implemetimin e projekteve të përgjithshme dhe specifike të kësaj Strategjie do të sigurohet nga fondet e vëna në dispozicion nga Buxheti i Shtetit dhe donacione nga burime të tjera të ligjshme në shërbim të zgjedhjeve.

# ZBATIMI I STRATEGJISË

Zbatimi i strategjisë, do të realizohet bazuar në një kalendarin të mirëpërcatuar veprimesh për zbatimin e seicilit prej programeve të përgjithshme dhe specifike:

* koha e kryerjes së veprimeve të caktuara në funksion të përcaktimit të përmbajtjes të materialeve; si përcaktimi i skripteve për çdo material që do të prodhohet në varësi të mesazhit që ai do të përcjellë etj.
* koha e realizimi grafik të tyre;
* koha e prodhimit;
* koha e shpërndarjes.
* Monitorimi i shpërndarjes/vendosjes.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Miratimi i strategjisë | Përcaktimi i skripteve materialevedheSlloganit zgjedhjeve | Përcaktimi/miratimi i përmbajtjes së materialeve | Përmbyllja e procedurave të prokurimit | Prodhimi dhe dorëzimi i materialeve në KQZ | Shpërndarja e materialeve nga KQZ sipas planit të shpërndarjes | ShfaqjaPublikimiAfishimi |
| janar | **21 janar** |  |  |  |  |  |  |
| Shkurt |  | **20 shkurt** |  |  |  |  |  |
| Mars |  |  | **1 mars** |  |  |  |  |
| Prill |  |  |  | **7 prill** |  |  |  |
| Maj |  |  |  |  | **7 maj** | **10-20 maj** |  |
| qershor |  |  |  |  |  |  | **Nga data 21 maj deri më datë 21 qershor** |