STRATEGJIA

 PËR

EDUKIMIN ZGJEDHOR

TË SHTETASVE

PËR ZGJEDHJET PËR KUVEND

1. QERSHOR 2017



Miratuar me Vendimin e KQZ-së nr. 22, datë 17.01.2017

**Përmbajtja**

[PJESA E PARË 3](#_Toc472076054)

[1. Përmbledhje Ekzekutive 3](#_Toc472076055)

[1.1 Qëllimi i Strategjisë 3](#_Toc472076056)

[1.2 Struktura e Strategjisë 4](#_Toc472076057)

[1.3 Analiza e Problemit 4](#_Toc472076058)

[1.4 Parimet mbi të cilat mbështetet hartimi i strategjisë dhe plani i veprimit 7](#_Toc472076059)

[1.5 Sfida të kësaj strategjie 7](#_Toc472076060)

[1.6 Objektivat e Strategjisë 8](#_Toc472076061)

[1.7 Fokusi i strategjisë 10](#_Toc472076062)

[PJESA E DYTË 10](#_Toc472076063)

[2.1 PROGRAMET E PËRGJITHSHME PËR EDUKIMIN ZGJEDHOR 10](#_Toc472076064)

[2.1.1 Program i përgjithshëm edukimi përmes mediave audio vizive: 11](#_Toc472076065)

[2.1.2 Spoti televiziv I - edukues & ndërgjegjësues 11](#_Toc472076066)

[2.1.3 Spoti televiziv II –edukues dhe informues 11](#_Toc472076067)

[2.1.4 Spoti televiziv III- edukues dhe informues 11](#_Toc472076068)

[2.1.5 Realizimi dhe transmetimi i spoteve televizive 12](#_Toc472076069)

[2.1.6 Titrat Televizive 13](#_Toc472076070)

[2.1.7 Realizimi dhe transmetimi i titrave televizive 13](#_Toc472076071)

[2.1.8 Spotet Radiofonike 14](#_Toc472076072)

[2.1.9 Realizimi dhe transmetimi i spoteve radiofonike 14](#_Toc472076073)

[2.2 PROGRAM I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET NËPËRMJET FORMAVE TË SHKRUARA 15](#_Toc472076074)

[2.2.1 Fletëpalosjet 15](#_Toc472076075)

[2.2.2 Posterat 16](#_Toc472076076)

[2.2.3 Mediat e shkruara 17](#_Toc472076077)

[2.3 PROGRAM I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET MATERIALEVE PROMOCIONALE 17](#_Toc472076078)

[2.3.1 Postera të mëdhenj 18](#_Toc472076079)

[2.3.2 Njoftimet e ndriçuara do të vendosen 18](#_Toc472076080)

[2.3.3 Materiale promocionale 18](#_Toc472076081)

[2.3.4 Pikat të informimit zgjedhor 18](#_Toc472076082)

[2.4 PROJEKT PËR EDUKIMIN NË DISTANCË 18](#_Toc472076083)

[2.5 PROGRAME EDUKIMI ZGJEDHOR PËR GRUPIME TË VEÇANTA TË ZGJEDHËSVE 19](#_Toc472076084)

[2.5.1 Program për pakicat kombëtare 19](#_Toc472076085)

[2.5.2 Program edukues për komunitetin rom dhe egjiptjan 20](#_Toc472076086)

[2.5.3 Informimi dhe sensibilizimi i personave me aftësi të kufizuar 21](#_Toc472076087)

[2.5.4 Program informimi dhe sensibilizimi për zgjedhëset gra 22](#_Toc472076088)

[2.5.5 Program për shtetasit shqiptarë me banim jashtë vendit 23](#_Toc472076089)

[PJESA E TRETË 24](#_Toc472076090)

[3.1 PLANI I VEPRIMIT 24](#_Toc472076091)

[3.1.1 Bashkëpunimi i KQZ-së me institucionet dhe organizatat 25](#_Toc472076092)

[3.1.2 Buxheti për realizimin e strategjisë 25](#_Toc472076093)

# PJESA E PARË

## Përmbledhje Ekzekutive

Strategjia për edukimin zgjedhor të shtetasve për Zgjedhjet për Kuvend 2017, është një plan konceptual, i cili përcakton qëllimet dhe objektivat kryesore që duhet të realizohen për edukimin, informimin dhe sensibilizimin e zgjedhësve përgjatë periudhës zgjedhore për zgjedhjet për Kuvend të datës 18 Qershor 2017.

Ky dokument strategjik, përmes përcaktimit të veprimeve konkrete për arritjen e objektivave të mirë përcaktuar, reflekton intensifikimin e angazhimit dhe punës së Komisionit Qendror të Zgjedhjeve për edukimin zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet për Kuvend 2017, në përmbushje të misionit institucional për organizmin dhe administrimin e zgjedhjeve të lira, të drejta dhe demokratike, ku edukimi dhe informimi i zgjedhësve është ndër komponentët kryesorë garantues për arritjen e standarteve të synuara.

Zbatimi i programeve të ndryshme për edukimin, informimin dhe sensibilizimin e zgjedhësve, në një periudhë të përcaktuar kohe është një proces kompleks, suksesi i të cilit ndërvaret edhe nga bashkëpunimi me aktorë të tjerë që kanë interes dhe mund të kontribuojnë në këtë fushë.

Nëpërmjet Strategjisë dhe Planit të Veprimit për edukimin e shtetasve për zgjedhjet për Kuvend 2017, synohet organizimi sa më i mirë i punës, duke:

* Identifikuar dhe forcuar ndërveprimin e KQZ-së me organizata vendase apo të huaja, me idenë e përfshirjes së tyre në realizimin e programeve edukuese zgjedhore, ku ekspertiza, angazhimi apo mbështetja e tyre vlerësohen si faktorë ndikues për implemetimin me sukses të tyre.
* Forcuar bashkëpunimin ndërmjet KQZ-së dhe institucioneve të tjera shtetërore si Ministria e Arsimit, Ministria e Çështjeve Sociale dhe Rinisë, Drejtoritë Rajonale Arsimore, Ministria e Brendshme, veprimtaria e së cilave lidhet me grupime të caktuara shoqërore, të cilat do të jenë në fokus të kësaj Strategjie.

## 1.1 Qëllimi i Strategjisë

Strategjia për edukimin zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet për Kuvend 2017, ka për qëllim që përmes harmonizimit të programeve edukuese, informuese dhe sensibilizuese të ndikojë në forcimin e kulturës zgjedhore tek zgjedhësit shqiptarë, që ata të vlerësojnë, besojnë dhe të marrin pjesë masivisht në zgjedhjet për Kuvend të datës 18 qershor 2017. Qëllimi më specifik i strategjisë është gjetja e drejtimeve, formave e mjeteve sa më eficente të komunikimit me votuesit, duke synuar:

* Edukimin zgjedhor të shtetasve;
* Shpërndarjen e informacionit të plotë zgjedhor, duke garantuar aksesin e të gjithë grupime shoqërore në marrjen e tij;
* Sensibilizimin për të marrë pjesë në votime, për të dënuar dhe denoncuar çdo veprim që cënon votën e lirë dhe të fshehtë;

Zbatimi i programeve, të përgjithshme apo specifike, do të bazohen në mirëplanifikim të veprimeve, duke konsideruar fakte që influencojnë/mund të influencojnë në realizmin me sukses të tyre.

##  Struktura e Strategjisë

Strategjia është e ndarë në tre pjesë.

**Pjesa e parë:** trajton tipare të përgjithshme të strategjisë dhe ofron një pasqyrë të shkurtër të qëllimit të saj, bazuar në analizën e situatës, dhe sfidat për realizimin e saj.

**Pjesa e dytë:** evidenton programet që do të zbatojë KQZ për edukimin, informimin dhe sensibilizimin e zgjedhësve për zgjedhjet për Kuvendin 2017. Kjo është dhe pjesa më kryesore e strategjisë pasi materializon konkretisht në drejtime specifike dhe në afate të përcaktuara veprimin konkret të KQZ-së në marrëdhënie me zgjedhësit.

**Pjesa e tretë:** paraqet planin e veprimit strategjik për realizimin e programeve të paraqitura në pjesën e dytë, marrëdhëniet e KQZ-së me organizatat që përfaqësojnë interesat e grupeve të ndryshme si dhe organizatat e tjera të cilat janë të interesuara të zbatojnë programe të edukimit zgjedhor të shtetasve

## Analiza e Problemit

KQZ, me programet edukuese zgjedhore që zhvillon, të intensifikuara në periudhë zgjedhore, synon forcimin e kulturës zgjedhore tek shtetasit, forcimin e besimit publik për rëndësinë dhe vlerën e votës, administrimin korrekt të saj nga administrata zgjedhore. Të dhënat tregojnë se numri i zgjedhësve që kanë marrë pjesë në votime ka shënuar ulje ngritje në proceset zgjedhore të periudhës 2001-2015, fakt i cili dëshmon se në kushtet e një realiteti ku formacionet, informacionet dhe mënyrat e komunikimit ndryshojnë në dinamikë, edukimi zgjedhor veçanërisht në prag të zgjedhjeve merr rëndësi të veçantë, për të ndikuar në rritjen e pjesëmarrjes në zgjedhje.

Në kontekstin e përgjithshëm, pjesëmarrja në votim e zgjedhësve gra kërkon vëmëndje dhe trajtim të veçantë. Amendimet e Kodit Zgjedhor të vitit 2015, bënë të mundur që KQZ të administrojë të dhëna të sakta për pjesëmarrjen në votim të zgjedhësve gra në rang vendi dhe njësie administrative. “Fotografimi” i pjesëmarrjes në zgjedhje sipas gjinive, dëshmoi se gratë marrin pjesë në votime në një numër më të vogël se burrat. Konkretisht, në zgjedhjet vendore 2015 votuan 47% e grave votuese, kundrejt 53% të votuesve burra. Gjithashtu, raporte të organizatave të ndryshme, vendase dhe të huaja, që vëzhguan zgjedhjet e 21 qershorit 2015, referuan në shifra raste të votimit familjar, fenomen i cili cënon të drejtën e votës të grave votueseve.

Për grupime të tjera zgjedhësish, me specifika të veçanta si të rinjtë, kryesisht votuesit për herë të parë, zgjedhësit me aftësi të kufizuara, pakicat kombëtare, specifikisht minoritetet etno-gjuhësore romët dhe egjiptjanët, KQZ nuk disponon të dhëna për pjesëmarrjen e tyre në votime. Në referim të të dhënave të administruara nga anketimet e ndryshme dhe nga :

* fakti që gjatë ditës së zgjedhjeve vendore 2015 në rrjetet sociale qarkulluan fletë votimi të fotografuara me shënime (shprehjet ishin tipike rinore, po ashtu përdorimi i aparateve telefonike smart dhe rrjeteve sociale i atribuohet me së shumti të rinjve), është tregues për qasjen e disa të rinjve me procesin e votimit;
* të dhënat e raporteve të nd/inspektorëve me aftësi të kufizuar të angazhuar nga KQZ në 12 qarqet e vendit për herë të parë në zgjedhjet vendore 2015;
* rastet e referuara nga zgjedhës të komunitetit rom dhe egjiptjan pjesëmarrës në programet edukuese të zhvilluara përgjatë vitit 2016;

Këto grupime zgjedhësish, duhet të jenë në fokus për të rritur intensitetin e përcjelljes së mesazheve përmes projekteve edukuese, sensibilizuese dhe informuese zgjedhore, të ndërtuara në përputhje me specifikat dhe problematikat e shfaqura në procesin zgjedhor nga seicili grupim.

Numri i votave të pavlefshme në proceset zgjedhore pararendëse, pavarësisht në trend ulje të ndjeshme, dëshmon nevojën për të edukuar dhe ndërgjegjësuar zgjedhësit për vlerën e votës dhe mënyrën e shprehjes së vullnetit përmes shënimit korrekt në fletën e votimit.

Nga pikëpamja e nivelit ekonomik, arsimor e kulturor, kryesisht qytetet e vendit, ku është i përqëndruar edhe numri më i madh i zgjedhësve janë heterogjene, ku kultura zgjedhore dhe mungesa e saj gjenden fare pranë. Për këtë shkak, programet që do të zbatohen duhet të flasin me një gjuhë të thjeshtë dhe të kuptueshme për të gjithë zgjedhësit, pavarësisht nivelit kulturor dhe arsimor të tyre.

Për të gjithë sa më lart, hartimi i një Strategjie dhe Plan Veprimi Strategjik, përmes së cilëve ndërtohen, harmonizohen dhe planifikohet realizimi i programeve dhe aktiviteve intensive të KQZ-së për edukimin zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet për Kuvend 2017, jep garanci që t’i ofuar çdo zgjedhësi të gjithë informacionin e nevojshëm për procesin zgjedhor, si dhe me rrugë, formë, mjete e mënyra efikase, të synohet ndërgjegjësimi qytetar për të marrë pjesë në zgjedhje, dhe për të ushtrruar të drejtën e votës në mënyrë të lirë e të pandikuar.

## 1.4 Parimet mbi të cilat mbështetet hartimi i strategjisë dhe plani i veprimit

Parimet e mëposhtme kanë qëndruar në thelb të hartimit të Strategjisë dhe Planit të Veprimit, dhe do të ndjekin edhe zbatimin e tyre.

**Parimi i vazhdimësisë.** Strategjia do të mbështetet në eksperiencën e administruar nga programet për edukimin zgjedhor të shtetasve të zhvilluara nga KQZ, gjetjeve nga anketimet me zgjedhës, përmes të cilave janë 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 zgjedhor.

**Parimi i pronësisë institucionale**. Strategjia dhe Plani i Veprimit, që materializohet në konceptimin e programeve të parashikuara në këtë dokument, bazohet në burimet financiare dhe njerëzore institucionale që do të përdoren për realizimin e tyre. Strategjia do të buxhetohet bazuar në buxhetin e KQZ-së për zgjedhjet për Kuvend 2017, si dhe në donacionet që mund të përfitohen në mënyrë të ligjshme. Strategjia dhe Plani i Veprimit do të jenë një mekanizëm për të përfituar mbështetje dhe rritur angazhimin e partnerëve të tjerë, për edukimin, informimin dhe sensibilizimin e zgjedhësve përgjatë periudhës zgjedhore, veçanërisht për grupimet me nevoja specifike. Përgjegjësitë për zbatimin e strategjisë qëndrojnë tek strukturat administrative të Komisionit Qendror të Zgjedhjeve.

**Parimi i transparencës dhe gjithëpërfshirjes**. Zbatimi i këtij parimi, synon përfshirjen e grupeve të ndryshme të interesit, organizata vendase dhe të huaja, institucioneve shtetërore, të cilët do të ofrojnë bashkëpunim, kontribute, ekspertizë dhe donacione.

**Një dokument dinamik dhe real**. Strategjia dhe Plani i Veprimit, do të jetë një dokument dinamik, që mund të adaptohet në përputhje me sfidat që mund të dalin gjatë procesit të zbatimit, të paraqitura edhe në raportet e monitorimit dhe vlerësimit.

## 1.5 Sfida të kësaj strategjie

Analiza SWOT evidenton anët e forta që japin garanci për suksesin, mundësitë që duhen shfrytëzuar, anët e dobëta dhe kërcënimet, të cilat mund të konsiderohen si sfida të kësaj Strategjie:

|  |  |
| --- | --- |
| Anët e forta* Përvoja institucionale për edukimin zgjedhor të shtetasve në vijimësi dhe në periudhë zgjedhore.
* Bashkëpunim i mirë me organizatat ndërkombëtare, organizatat joqeveritare përfaqësuese të grupimeve të caktuara shoqërore, OJF që veprojnë në fushën e zgjedhjeve.
* Një buxhet i dedikuar për realizimin e projekteve për edukimin zgjedhor.
* Gjetjet përmes anketimeve me zgjedhës të target grupeve specifike si të moshuar, gra, të rinj, për mënyrat më efikase të shpërndarjes së informacionit zgjedhor për ta.
* Vëmendje dhe angazhim për edukimin zgjedhor të shtetasve, nga institucionet shtetërore që veprojnë në fushën e edukimit, apo të çështjeve sociale.
* Fuqizimi i strukturës administrative përmes shtimit të burimeve njerëzore përgjatë periudhës zgjedhore
 | Anët e dobëta* Kapacitete të kufizuara për zbatimin e projekteve edukuese sa më bashkëkohore.
* Kapacitete të kufizuara njerëzore dhe buxhetore.
* Mundësi të kufizuara për të shfrytëzuar teknologjinë e informacionit për edukim zgjedhor, ndërtimin dhe përdorimin e aplikacionve telefonike.

Mungesë koordinimi mes aktorëve* Mungesë ndërveprimi e strukturave të administratës së KQZ-së : si/sa duhet të ketë përgjegjësi/kontribut çdo drejtori në implementimin e kësaj strategjie.
* Mungesë koordinimi me institucionet shtetërore dhe organizatat joqeveritare për të vendosur objektiva të përbashkëta për edukimin zgjedhor të shtetasve.
* Mbivendosje e programeve të edukimit zgjedhor të KQZ-së me ato të aktorëve të tjerë.
 |
| Mundësi* Kontribute nga organizatat ndërkombëtare për edukimin zgjedhor të shtetasve, ekspertizë dhe mbështetje financiare.
* Kontribute vullnetare të të rinjve, të organizatave përfaqësuese të grupimeve me nevoja specifike.
* Gadishmëri e institucioneve shtetërore për tu angazhuar, kontribuar dhe bashkërenduar veprimtaritë për edukimin zgjedhor.
 | **Kërcënime*** Fluksi i madh i informacionit zgjedhor përgjatë periudhës zgjedhore.
* Tarifat e operatorëve radio televizivë të panjohura.
* Programet e edukimit zgjedhor, jo të mjaftueshme plotësisht për të adresuar fenomenet negative të ndikimit të vullnetit të zgjedhësit.
* Kufizimet në fonde pamundësojnë zbatimin e programeve edukuese zgjedhore afatmesme dhe afatgjata.
 |

## 1.6 Objektivat e Strategjisë

**Objektivi strategjik 1**:Rritja e pjesëmarrjes së votuesve në zgjedhje.

**Objektivat Specifikë**:

1. Të ndërgjegjësohen zgjedhësit për rëndësinë e pjesëmarrjes në zgjedhje, si ushtrim i së drejtës kushtetuese dhe ligjore, si pjesëmarrje në jetën politike të vendit.
2. Të ndërgjegjësohen zgjedhësit për të drejtën zgjedhore, si mundësi individuale efektive për të ndikuar në forcimin e proceseve demokratike në vend.

**Objektivi strategjik 2:** Shpërndarja për të gjithë zgjedhësit e informacionit të plotë për zgjedhjet për Kuvend të datës 18.06.2017.

**Objektivat Specifikë:**

1. Të informohen zgjedhësit për sistemin e zgjedhjeve për Kuvend, listat e kandidatëve, numrin e mandateve për çdo qark, shpërndarjen e mandateve, administrimin e procesit zgjedhor.
2. Të informohen zgjedhësit për llojin e zgjedhjeve, oraret e votimit, kush gëzon të drejtën për tu zgjedhur dhe për të zgjedhur.

**Objektivi strategjik 3:** Të sigurojë që të gjithë zgjedhësit të jenë të ndërgjegjshëm mbi të drejtat dhe detyrimet e tyre.

**Objektivat Specifikë:**

1. Të rritet shkalla e informimit të zgjedhësit për detyrimet e tij në procesin zgjedhor: kontrollin e emrit në ekstraktin e përbërësve zgjedhorë, në listën e zgjedhësve, hapat që duhen ndërmarrë për korrigjimin e pasaktësive/mungesës.
2. Të informohen zgjedhësit për procedurat ligjore për përmbushjen në mënyrë korrekte të aktit të votimit, të drejtat e zgjedhësit në procesin e votimit.
3. Të sensibilizohen zgjedhësit për dokumentat e identifikimit të vlefshme për votim, për pajisjen apo kontrollin e vlefshmërisë së tyre.

**Objektivi strategjik 4:** Të ndërgjegjësojë zgjedhësit për rëndësinë e ushtrimit të së drejtës së votës në mënyrë të lirë, të fshehtë dhe të pandikuar.

**Objektivat Specifikë:**

1. Të ndërgjegjësohen zgjedhësit për të vlerësuar votën si vullnet dhe vendim individual.
2. Të ndërgjegjësohën zgjedhësit për të dënuar dhe denoncuar fenomenin negativ të shit-blerjës së votës, votimin familjar, apo veprime të paligjshme të komisionerëve zgjedhorë.

**Objektivi strategjik 5:** Programet edukuese, ndërgjegjësuese, sensibilizuese dhe informuese zgjedhore të jenë të përshtatura për nevojat specifike të grupimeve të caktuara të zgjedhësve.

 **Objektivat Specifikë:**

1. Personat me aftësi të kufizuara të sensibilizohen dhe informohen për procesin zgjedhor, të drejtat dhe detyrimet e tyre, procedurat e votimit, në formë të përshtatur sipas llojit të paaftësisë.
2. Pakicat kombëtare dhe minoritetet etno-gjuhësore të informohen dhe sensibilizohen edhe në gjuhët përkatëse.
3. Të rritet shpërndarja e informacionit për zgjedhjet për Kuvend 2017 për shtetasit shqiptarë me banim jashtë territorit të vendit.

**Objektivi strategjik 6:** Rritja e besimit të votuesve tek administrimi i procesit zgjedhor.

**Objektivat Specifikë:**

1. Të ndërgjegjësohen votuesit për profesionalizmin dhe paanësinë e KQZ-së në organizimin dhe administrimin e procesit zgjedhor.
2. Të informohen votuesit për detyrat dhe përgjegjësitë e administratës zgjedhore të nivelit të dytë dhe të tretë.

## 1.7 Fokusi i strategjisë

Strategjia e KQZ-së për edukimin zgjedhor të shtetasve në tërësinë e vet i kushtohet të gjithë zgjedhësve përmes projekteve të përgjithshme.

Në fokus, me vëmendje të veçantë dhe programe specifike do të synohet të shkohet pranë zgjedhësve, që për specifika të ndryshme, diktojnë nevojën për dhënien e mesazheve edukuese, informuese, sensibilizuese në mënyrë të përshtatur. Grupet për të cilët do të realizohen projekte specifike:

* Votuesit e rinj - *votimi është eksperiencë e re për ta, pikënisje për krijimin e kulturës zgjedhore;*
* Pakicat kombëtare - *dhënia e informacionit për procesin zgjedhor në gjuhët e tyre kombëtare;*
* Personat me aftësi të kufizuar - *krijimi i mundësive për akses në marrjen e informacionit zgjedhor;*
* Gratë - *grupim që cënohet në ushtrimin e së drejtës së votës nga votimi familjar;*
* Shtetasit shqiptarë me banim jashtë vendit;
* Romët dhe egjiptjanët - *grupim i cili përball 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.*

# PJESA E DYTË

**KOMUNIKIMI ME ZGJEDHËSIT**

Komunikimi me zgjedhësit do të realizohet nëpërmjet programeve të ndryshme duke kombinuar edukimin, informimin dhe sensibilizimin. Një pjesë e programeve do synohet të vijojnë në nivelin afatmesëm apo më gjatë.

## PROGRAMET E PËRGJITHSHME PËR EDUKIMIN ZGJEDHOR

Këto programe 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:

* mediave vizive (TV);
* radio;
* shtypit të shkruar;
* veprimtarive në vende publike: afishim të materialeve, ngritja e qendrave për informim zgjedhor, ku do të shpërndahen materiale informuese dhe promocionale;
* interneti (faqja zyrtare e KQZ-së, rrjetet sociale).

2.1.1 Program i përgjithshëm edukimi përmes mediave audio vizive:Programi do të parashikojë përdorimin e televizioneve dhe radiove kombëtare dhe lokale, transmetimin e spoteve të ndryshëm në mënyrë të alternuar, për të përcjellë sa më tepër mesazhe për zgjedhësit. Frekuenca e transmetimit të spoteve do të vijë në rritje drejt afrimit të datës së zgjedhjeve.

### **2.1.2 Spoti televiziv I - edukues & ndërgjegjësues**

Ky spot do të synojë ndërgjegjësimin e zgjedhësve për pjesëmarrje në votim në 18 qershor 2017, dhe ndërgjegjësimin e tyre për fenomenet negative që cënojnë zgjedhjet demokratike, duke fokusuar fenomenin e shit-blerjes së votës. Mesazhet që do të përcillen përmes këtij spoti:

* Qëllimi i votimit;
* Ushtrimin i së drejtës kushtetuese për të zgjedhur si detyrim qytetar;
* Rritja e përgjegjshmërisë qytetare ndaj vlerës së votës;
* Veprimet që duhet të ndërmarrë zgjedhësi kur ndeshet me fenomene negative që cënojnë votën demokratike;
* Forca ndëshkuese e ligjit për to.

Spoti do të ketë një kohëzgjatje prej 45-50 sek. Ai do të transmetohet i plotë përgjatë muajit përpara zgjedhjeve 18 maj-18 qershor 2017.

### **2.1.3 Spoti televiziv II –edukues dhe informues**

Ky spot, do të synojë shpërndarjen e informacionit për veprime që zgjedhësi duhet t’i ndërmarrë përpara ditës së votimit, duke synuar forcimin e kulturës zgjedhore në funksion të rritjes së pjesëmarrjes në votim në 18 qershor 2017. Mesazhet që do të përcillen përmes këtij spoti:

* Për çfarë votohet;
* Data dhe oraret e votimit;
* E drejta për të votuar (mosha e votimit);
* Dokumentet e identifikimit të vlefshme për votim;
* Detyrimin e zgjedhësit për të kontrolluar emrin në listën e zgjedhësve;
* Procedurat që ndiqen kur në listën e zgjedhësve emri i zgjedhësit mungon ose përmban pasaktësi.

Ky spot do të ketë një kohëzgjatje prej 30-45 sekondash, dhe do të transmetohet për një periudhë 30 ditore, 18 maj -18 qershor 2017.

### 2.1.4 Spoti televiziv III- edukues dhe informues

Ky spot do të synojë edukimin e zgjedhësve përmes shpërndarjes së informacionit për ditën e votimit:

* Qëllimin e votimit;
* Data dhe oraret e votimit,
* Veprimet e zgjedhësit në Qendrën e Votimit;
* Veprimet e ndaluara gjatë votimit;
* Detyrat dhe përgjegjësitë e zgjedhësit që ndihmon zgjedhësin që nuk mund të votojë vetë;

Ky spot do të ketë një kohëzgjatje prej 30-45 sekondash, dhe do të transmetohet për një periudhë 30 ditore, 18 maj-18 qershor 2017. Realizimi do të krijojë mundësinë e fragmentarimit, në mënyrë që veprimet në Qendrën e Votimit të përmblidhen në 30 sek, për të shtuar shpeshtësinë e transmetimit të këtij informacioni në javën e fundit përpara ditës së votimit.

### **2.1.5 Realizimi dhe transmetimi i spoteve televizive**

Realizimi i spoteve televizive do të bëhet nga subjekte që do të kontraktohen për këtë qëllim. Spotet duhet të jenë bashkëkohore dhe të përcjellin mesazhet në formë sa më lehtësisht të kuptueshme nga zgjedhësit, dhe të përshatur me gjuhën e shenjave për zgjedhësit që nuk shikojnë. Spotet televizive do të transmetohen në Radiotelevizionin Publik, dhe në televizione kombëtare dhe lokale që paraqesin ofertat më të mira finaciare për media-plan transmetimi, duke ndjekur një strategji të qartë dhe të mirëpërcaktuar transmetimi, në fasha të veçanta oraresh me audiencë të lartë

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MUAJI** | **MAJ** | **QERSHOR** |
| Java | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| Transmetimi në % për spotin e I-rë |  |  | **15%** | **15%** | **15%** | **15%** | **20%** | **20%** |  |
| Transmetimi në % për spotin e II-të |  |  | **15%** | **15%** | **15%** | **15%** | **20%** | **20%** |  |
| Transmetimi në % për spotin e III-të |  |  | **10%** | **10%** | **10%** | **15%****(30 sek)** | **20%****(30 sek)** | **20%****(30 sek)** |  |

Spotet televizive do të transmetohen në televizionet që garantojnë shtrirjen gjeografike në transmetim duke mbuluar të gjithë territorin e vendit, dhe plotësojnë kriteret:

1. Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë të licensuar nga AMA);
2. Mbulojnë efektivisht territorin gjeografik të parashikuar në licensën përkatëse;
3. Të kenë shikueshmëri të lartë, për programe informuese, argëtues dhe edukuese;
4. Respektojnë rregullat e etikës profesionale në ushtrimin e aktivitetit mediatik;
5. Të kenë më shumë se 5 vjet që operojnë në treg;
6. Kanë ofertat më të mira financiare dhe media-plan transmetimi.

Duke vlerësuar se televizionet lokale, kanë shikueshmëri në territoret përkatëse dhe ofrojnë tarifa më të ulëta për media-plan transmetimi, transmetimi i spoteve edhe përmes tyre do të krijojë mundësi për të shtuar frekuencën e transmetimit të spoteve televizive. Do të përzgjidhen televizionet lokale të cilat plotësojnë këto kritere:

1. Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë të licensuar nga AMA);
2. Mbulojnë efektivisht me sinjal qarkun përkatës;
3. Kanë audiencë të lartë;
4. Respektojnë rregullat e etikës profesionale në ushtrimin e aktivitetit mediatik;
5. Të kenë më shumë se 3 vjet që operojnë në treg;
6. Kanë ofertat më të mira financiare dhe media-plan transmetimi.

### 2.1.6 Titrat Televizive

Për të realizuar me eficencë maksimale shpërndarjen e informacionit zgjedhor, mesazhet dhe informacioni kryesor për zgjedhjet e datës 18.06.2017 do të transmetohen edhe me titra televizive.

* **Titra televizive I**

Do të synojë sensibilizimin e zgjedhësve për të verifikuar emrin në ekstraktin e përbërësve zgjedhore/listën e zgjedhësve, duke informuar ku gjenden të publikuara ato, si dhe duke qartësuar veprimet që duhet të ndërmarrë zgjedhësi në rastet kur emri përmban pasaktësi apo mungon.

* **Titra televizive II**

Përmes titrës II, do të jepet informacion për qëllimin e votimit, oraret e votimit, kush e gëzon të drejtën e votës, mosha e votimit, dokumentet e identitetit të vlefshme për votimin;

* **Titra televizive III**

Do të synohetrritja e përgjegjëshmërisë qytetare ndaj votës demokratike, të lirë, të barabartë, të fshehtë dhe të pandikuar (si mund të tentohet të ndikohet vullneti i zgjedhësit, ku denoncohet rasti, denoncimi i rastit detyrim qytetar).

### 2.1.7 Realizimi dhe transmetimi i titrave televizive

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MUAJI** | **MAJ** | **QERSHOR** |
| **JAVA** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Transmetimi**  | **10%** | **10%** | **10%** | **10%** | **15%** | **15%** | **15%** | **15%** |  |

Realizimi i titrave televizive do të bëhet nga subjekte që do të kontraktohen për këtë qëllim. Transmetimi i titrave, do të vijë në rritje progresive, duke u bërë më të shpeshta në ditët përpara datës së zgjedhjeve.

Përzgjedhja e mediave, kombëtare apo lokale, që ofrojnë këtë lloj transmetimi, do të bëhet mbi bazën e kritereve:

* Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë të licensuar nga AMA)
* Mbulojnë efektivisht territorin gjeografik të parashikuar në licensën përkatëse;
* Kanë audiencë të lartë;
* Të kenë audiencë grupime të përcaktuara qartë, për programe informuese, argëtues dhe edukuese;
* Respektojnë rregullat e etikës profesionale në ushtrimin e aktivitetit mediatik;
* Të kenë më shumë se 5 vjet që operojnë në treg;
* Kanë ofertat më të mira financiare dhe media-plan transmetimi.

Spotet televizive do të publikohen edhe në faqen zyrtare të KQZ-së dhe në rrjetet sociale Facebook dhe Youtube, si dhe do synohet transmetimi përgjatë gjithë muajit përpara ditës së zgjedhjeve në linjat urbane brenda qyteteve (në ato linja që e mundësojnë këtë shërbim) apo edhe në kinema.

### 2.1.8 **Spotet Radiofonike**

Radio mbetet gjithmonë një mjet tepër i rëndësishëm komunikimi. Programacionet e saj ndiqen në ambientet familjare dhe në automjete të përdorimit privat vetjak dhe të përdorimit publik.

Do të ketë dy spote radiofonike, me karakter të thjeshtë e të kuptueshëm për të patur efekt maksimal, për të shmangur konfuzionin dhe ngarkesën e panevojshme në informacion, duke synuar maksimumin e vëmendjes së dëgjuesve.

* **Spoti Radiofonik I***,* me përmbajtje informuese dhe sensibilizuese do të përcjellë mesazhe për:
* Për çfarë votohet në 18 qershor 2017?
* Oraret e votimit;
* E drejta zgjedhore;
* Detyrimin qytetar për të marrë pjesë në votime;
* Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare për parandalimin apo denoncimin e fenomeneve negative si shitblerja e votës apo votimi familjar.
* **Spoti radiofonik II** do të shpërndajë informacion zgjedhor dhe mesazhe sensibilizuese për pjesëmarrjen në votime:
* Qëllimi i votimit, data e zgjedhjeve dhe oraret e votimit;
* Verifikimin e emrit në listën e zgjedhësve;
* Procedurat e votimit;
* Veprimet e ndaluara në Qendrën e Votimit

### 2.1.9 Realizimi dhe transmetimi i spoteve radiofonike

Prodhimi i spoteve radiofonike do të bëhet në studio teknike sipas përmbajtjes së tematikave të përcaktuara.

Transmetimi do të realizohet në radio, të cilat plotësojnë kriteret e mëposhtme:

* Ushtrojnë veprimtari të rregullt profesionale;
* Mbulojnë efektivisht të gjithë territorin e vendit;
* Kanë audiencë të konsiderueshme;
* Kanë larmishmëri programacioni;
* Respektojnë rregullat e etikës profesionale në ushtrimin e aktivitetit mediatik.
* Ushtrojnë aktivitetin e tyre për më shumë se 3 vjet;
* Kanë ofertat më të mira financiare dhe media-plan transmetimi.

Spotet radiofonike do të transmetohen për një periudhë 30 ditore duke filluar nga data 18 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).

Koha e aplikimit të tyre do të bëhet sipas kalendarit kohor të mëposhtëm:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MUAJI** | **MAJ** | **QERSHOR** |
| **JAVA** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| Transmetimi i spoteve  |  |  | **10 %** | **10%** | **15%** | **15%** | **20%** | **30%** |  |

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

Format e shkruara, realizojnë kuptueshmëri të mirë të mesazhit që komunikohet, dhe sigurojnë efikasitetin e komunikimit me zgjedhësit. Publikimet do të jenë të formateve të ndryshme dhe përmbajtja e tyre do të jetë sa më thelbësore për rolin e rëndësishëm të zgjedhësit në procesin zgjedhor, duke synuar:

1. Të shpërndahet informacion i plotë zgjedhor për sistemin zgjedhor, numrin e mandateve për çdo qark, të drejtën për të zgjedhur dhe për tu zgjedhur;
2. Të informojë zgjedhësit për të realizuar një proces të rregullt dhe të efektshëm zgjedhor;
3. Të sensibilizojë zgjedhësit për rolin e tyre në procesin zgjedhor;

2.2.1 Fletëpalosjetjanë mjete që përdoren nga zgjedhësi në mënyrë vetjake, dhe që për mënyrën e strukturimit/përmasat e tyre krijojnë mundësi për trajtimin e shumë temave.

* **Fletëpalosja I** e konceptuar si fletëpalosje xhepi ne format 85x400, praktike për përdorim vetjak, do të japë informacion të detajuar për çfarë votohet në 18 qershor 2017, kush e gëzon të drejtën për të zgjedhur, veprimet që duhet të ndërmarrë zgjedhësi kur konstaton se emri i tij përmban pasaktësi aopo nuk është i përfshirë në listën e zgjedhësve.

Informacioni për oraret e votimit, mënyrën si votohet, e drejta e zgjedhësit për të kërkuar fletë të dytë votimi, veprimet e zgjedhësit në qendrën e votimit duke filluar nga momenti i hyrjes në qendrën e votimit dhe deri në përfundim e votimit do të ilustrohen me figura demostruese, për të qartësuar edhe vizualisht çfarë spjegohet me fjalë.

Fletëpalosja do të prodhohet në një sasi prej 40 000 copësh dhe do të shpërndahet përmes qendrave që do të ngrihen për informim zgjedhor, në shkolla dhe ambjente universitare, në pika të kalimit kufitar për të gjithë shtetasit shqiptarë që hyjnë në territorin e vendit gjatë muajit qershor 2017. Gjithashtu, kjo fletë palosje do të prodhohet në sasinë prej 2000 copësh në gjuhë të pakicave kombëtare për t’u shpërndarë në zonat ku ka përqendrim të tyre. (greke 800, maqedonase 400, arumune 400 dhe rome 400), numër i përllogaritur në bazë të të dhënave të INSTAT-it për numrin e pakicave kombëtare.

* **Fletëpalosja II** e konceptuar në format A3, krijon mundësinë për të përcjellë tek zgjedhësit informacion më të plotë zgjedhor. Kjo fletëpalosje do të përmbajë informacion për sistemin zgjedhor për zgjedhjet për Kuvendin, subjektet zgjedhore, kandidatët dhe shpërndarjen e mandateve, të drejtën për të zgjedhur dhe për tu zgjedhur. Në seksione të veçanta, do të trajtohet informacioni kyç: sensibilizimi për të kontrolluar emrin në listën e zgjedhësve, veprimet e zgjedhësit që mund të përbëjnë shkak për të humbur të drejtën e votës, kundravajtjet penale dhe veprat penale në zgjedhje. 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.

Kjo fletëpalosje do të prodhohet në një sasi prej 40 000 copësh dhe do të shpërndahet përmes pikave që do të ngrihen për informim zgjedhor, në shkolla dhe ambjente universitare, në pika të kalimit kufitar për të gjithë shtetasit shqiptarë që hyjnë në territorin e vendit gjatë muajit qershor 2017. Gjithashtu, kjo fletë palosje do të prodhohet në sasinë prej 2000 copësh në gjuhë të pakicave kombëtare për t’u shpërndarë sipas zonave të caktuara ku janë vendqëndrimet e tyre.

### 2.2.2 Posterat

Posterat do të vendosen në të gjithë ambientet zgjedhore dhe hyrjet pranë tyre: Zyrat Rajonale Zgjedhore, Selitë e KZAZ-ve, qendrat e votimit, duke synuar informimin, edukimin dhe ndërgjegjësimin e zgjedhësit edhe në momentin përpara se ai të kryejë procedurat e votimit. Mesazhet dhe informacioni që do të përcillet:

* Qëllimi e votimit;
* Datën e zgjedhjeve, oraret e votimit;
* Dokumentet e identifikimit të vlefshme për votim;
* Fletën e votimit;
* Procedurat e votimit;
* Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime;
* Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit;
* Fshehtësinë e votës;

Posterat, do të jenë 4 lloje:

* edukues për procedurat e votimit – do të shprehë me fjalë dhe realizim grafik të gjithë procedurat që ndjek zgjedhësi në qendrën e votimit;
* sensibilizues për pjesëmarrje në votime - posterat me mesazhe sensibilizuese do të prodhohen në tre koncepte grafike për të realizuar qasje ndaj grupime të zgjedhësve të rinj, të grave dhe të moshuarve;
* informues për çfarë ndalohet në qendrën e votimit, rastet kur zgjedhesi e humb te drejtën e votimit;
* për sanksionet për komisionerët zgjedhorë në rast të moszbatimit të ligjit - duke synuar jo vetëm ndërgjegjësim të komisionerëve për t’i shmangur ato, por njëherazi të ndikojë në rritjen e besimit publik në administrimin e procesit zgjedhor.

**Sasia dhe mënyra e aplikimit**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lloji i Posterit** | **Sasia** | **Shpërndarja** | **Publikimi** |
| Për procedurat e votimit | 11000 postera | Në QV, KZAZ, ZRZ | Në gazeta |
| Sensibilizues për pjesëmarrje në votime | 15 000 postera | Në QV, KZAZ, ZRZ | Në gazeta |
| Për veprimete ndaluara në qendrën e votimit | 11000 postera | Në QV, KZAZ, ZRZ | Në gazeta |
| Për sanksionet për komisionerët zgjedhorë  | 6 000postera  | Në QV, KZAZ, VNV  |  |

### Mediat e shkruara

Shtypi i shkruar është një nga mjetet më efikase për komunikim me të gjithë zgjedhësit.Posterat do të publikohen në gazeta (një faqe të plotë gazete-A3) gjatë 30 ditëve të fundit nga data e zgjedhjeve (18 Maj – 18 Qershor).

Publikimi i alternuar i posterave të ndryshëm (3 të parët), për vetë karakterin edukues, sensibilizues dhe informues, do të synojnë sensibilizimin për pjesëmarrje në votime të shtetasve me të drejtë vote, dhënien e informacionit për çfarë votohet, datën e zgjedhjeve, oraret e votimit, procedurat e votimit. Në të njëjtën kohë, të gjithë posterat, me përmbajtjen e tyre do t’i bëjnë me dije adresën e faqes zyrtare të Komisionit Qendror të Zgjedhjeve, si burime informacioni për zhvillimin e procesit zgjedhor.

Posterat, do të publikohen në mediat e shkruara të cilat i plotësojnë kriteret:

* Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë subjekte juridike të regjistruara);
* Kanë tirazh të lartë dhe numër të lartë kopjesh të shitura;
* Kanë shpërndarje maksimale gjeografike;
* Kanë ofertat më të mira financiare.

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

**Postera të mëdhënj dhe reklama të ndriçuara**, do të vendosen në 12 qarqe, për një periudhë 30 ditore, përmes të cilëve do synohet ndërgjegjësim për pjesëmarrje në votim dhe informimi i zgjedhësve.

2.3.1 Postera të mëdhenj, 20 **(bill-board),**  do të vendosen në rrugët kryesore nacionale, qytetet kryesore (30 ditë afishim), ku edhe përmes realizimit grafik, do të jepen mesazhe për:

* Llojin e zgjedhjeve, datën dhe oraret e votimit;
* Dokumentet zyrtare të vlefshme të identifikimit për votim;
* Pjesëmarrjen në votime përmes sloganit dhe logo-s të zgjedhjeve;
* Të vizituar faqen e internetit të KQZ-së si burim informacioni për procesin zgjedhor.

2.3.2 Njoftimet e ndriçuara, 40 (city-lights), do të vendosen në qytetet kryesore (30 ditë afishim). Në dy anët e tyre do të vendosen postera të mëdhenj me informacione mbi:

* Për çfarë votohet;
* Kush voton;
* Datën e zgjedhjeve, oraret e votimit;
* Thirrje për pjesëmarrjen në votime përmes sloganit të zgjedhjeve, logo-s të zgjedhjeve;
* Adresa e faqes së internetit të KQZ, burim informacioni për procesin zgjedhor.

### Materiale promocionale

**Bluza (5000), kapele (5000), stilolapsa (160 000), stema (5000), aromatizues makine (5000), mbajtëse çelësash (5000),** do të ketë të stampuar datën e zgjedhjeve, slloganin dhe logon e zgjedhjeve, si dhe logon e KQZ. Këto do t’i shërbejnë “miqësimit” të KQZ-së me zgjedhësit, sensibilizimit dhe informimit të tyre për zgjedhjet e datës 18.06.2017, dhe do të shpërndahen për zgjedhësit që do të vizitojnë qendrat e informimit, si dhe gjatë takimeve të drejtpërsrejta që do të realizohen me zgjedhës.

### 2.3.4 Pikat të informimit zgjedhor

Duke qenë se kontakti i drejtpërdrejtë me zgjedhesit është edhe më i efektshmi, do të ngrihen 12 pika informimi zgjedhor në 12 qytete qendër qarku. Pikat e informimit, të lëvizshme, do të ofrojnë në pika të ndryshme të qyteteve informacion zgjedhor për të gjithë të interesuarit/kalimtarët, nëpërmjet materialeve edukuese dhe informuese të prodhuara (fletëpalosjeve, manual për zgjedhësin). Personeli i angazhuar pranë tyre do të trajnohet për t’ju përgjigjur pyetjeve lidhur me zgjedhjet.

## 2.4 PROJEKT PËR EDUKIMIN NË DISTANCË

Paraqitja e informacioneve dhe materialeve të edukimit zgjedhor në faqen zyrtare të internetit të KQZ-së do të jetë një mënyrë komunikimi me votuesit, kryesisht votuesit e rinj, frekuentuesit më të shumtë të kësaj forme komunikimi. 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 si një pakete të plotë informative. 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, administrimin, dhe rezultatet e tij. Kjo i shërben KQZ-së, në funksion të rritjes së transparencës së veprimtarisë, dhe qëllimit për rritjen e besueshmërisë publike në mënyrën e administrimit e procesit.

## 2.5 PROGRAME EDUKIMI ZGJEDHOR PËR GRUPIME TË VEÇANTA TË ZGJEDHËSVE

Takime të drejtpërdrejta me votuesit e rinj

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. Në këto 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, duke përcjellë 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”.

Do të hartohet kalendari i takimeve me shtrirje sa më të gjerë, do të bashkëpunohet me Drejtoritë Rajonale Arsimore në Qarqe, Drejtoritë e Shkollave, Rektoratet e Universiteteve. Njoftime, për realizimin e programit sipas qyteteve do të publikohen në faqen zyrtare të KQZ-së.

Synimi i këtij programi i do të jetë shtrirja e tij në zona rurale apo dhe zona të vogla urbane.

**Mënyra e realizimit** do të hartohet kalendari i takimeve, duke bashkëpunuar me Drejtoritë Rajonale Arsimore në Qarqe, Drejtoritë e Shkollave.

Programet do të realizohen gjatë muajve mars-prill-maj. Të rinjve do t’u shpërndahen fletë palosje dhe materiale promocionale.

### 2.5.1 Program për pakicat kombëtare

Për pakicat kombëtare: greke, maqedonase, rome, malazeze dhe arumune shpërndarja e informimacionit zgjedhor dhe mesazheve sensibilizuese për pjesëmarrje në do të realizohet nëpërmjet posterave dhe fletpalosjeve në gjuhët respektive.

**POSTERA NË GJUHË TË PAKICAVE KOMBËTARE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | Postera në gjuhën greke | 2000 copë | Vlorë, Gjirokastër |
| **2** | Poster në gjuhën maqedonase | 300 copë | Diber, Pustec |
| **3** | Poster në gjuhën romishte dhe egjiptiane | 250 copë | Tiranë, Fier, Korcë |
| **4** | Poster në gjuhën arumune | 250 copë | Fier, Vlorë |
| **5** | Poster në gjuhën malazeze | 200 copë | Shkodër |

**FLETËPALOSJE NË GJUHË TË PAKICAVE KOMBËTARE**:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1** | Fletëpalosje në gjuhën greke  | 900 format A4900 format 85x400 | Vlorë, Gjirokastër |
| **2** | Fletëpalosje në gjuhën maqedonase  | 300 format A4300 format 85x400 | Korçë, Pogradec, Dibër |
| **3** | Fletëpalosje në gjuhën arumune  | 200 format A4200 format 85x400 | Fier, Vlorë |
| **4** | Fletëpalosje në gjuhën rome dhe egjiptjane  | 200 format A4200 format 85x400 | Tiranë, Durrës, Fier Korçë, Elbasan |
| **5** | Fletëpalosje në gjuhën malazeze | 200 format A4200 format 85x400 | Shkodër |

Realizimi i projektit: KQZ ka konsoliduar bashkëpunimin me organizatat me përfaqësuese të pakicave kombëtare si dhe me Komitetin Shtetëror të Minoriteteve, faktor kyç për suksesin e programeve të edukimit zgjedhor të zhvilluara në zgjedhjet e kaluara. Ky bashkëpunim do të vijojë edhe për realizimin e këtij programi, duke konsistuara në përkthimin e materialeve në gjuhët respektive, shpërndarjen e tyre, dhe realizimin e takimeve të drejtpërdrejta me zgjedhës të këtyre grupimeve.

### 2.5.2 Program edukues për komunitetin rom dhe egjiptjan

Për shkak të problemeve ekonomike dhe sociale, qasja e zgjedhësve të komunitetit rom dhe egjiptjan me procesin zgjedhor dëshmon problematika të mprehta, si: mungesë informacioni, pjesëmarrje e ulët në procesin e votimit, shit-blerje e votës. Për shkak të satusit social-ekonomik, krijimi dhe forcimi i kulturës zgjedhore në komunitet të mbetet një proces shumë sfidues, i cili kërkon angazhim të vazhdueshëm, bashkëpunim me aktorë të ndryshëm, hartimin dhe zbatimin e programeve edukuese efiçente dhe efektive.

KQZ, në përmbushje të detyrimeve ligjore, në vlerësim dhe për zbatim të :

* **Rezolutës së Kuvendit të Shqipërisë “Për vlerësimin e veprimtarisë së KQZ-së për vitin 2015”** ku ndër të tjera kërkohet fokusimi në vazhdimin e hartimit të programeve dhe projekteve të posaçme për pakicat kombëtare me programe informimi, edukimi dhe përfshirjen e përfaqësuesve të pakicave në trajtimin e çështjeve zgjedhore, përgjatë vitit në vazhdim deri në zgjedhjet e radhës;
* **Raportit Përfundimtar të OSBE/ODHIR për zgjedhjet 2015**, i cili rekomandon se “KQZ-ja dhe palët e tjera mund të organizojnë programe edukuese gjithpërfshirëse në formën e takimeve me zgjedhësit, të përshtatura për nevojat e komunitetetve Rome dhe Egjiptjane”;

ka hartuar programe edukuese zgjedhore të përshtatura për komunitetet Rome dhe Egjiptjane, në bashkëpunim me Institutin e Kulturës Rome në Shqipëri, zbatimi i të cilave mbështetet nga Prezenca e OSBE-së.

Programet, bazohen nw metodologji dhe mjete për të dhënë informacion zgjedhor kryesisht për zgjedhës të pa arsimuar, pasi ky komunitet vuan nga analfabetizmi. Qëllimi është sensibilizimi dhe rritja e ndërgjegjësimit të zgjedhwsve tw kwtyre komuniteteve për:

* Votimin si proces vendimarrës;
* të drejtës kushtetuese për të zgjedhur dhe për tu zgjedhur;
* ushtrimin e së drejtës së votës, si shprehje e vullnetit individual dhe në mënyrë të pandikuar.
* problemet që i shkakton të ardhmes së tyre, mos ushtrimi i të drejtës së votës si dhe influencimi i saj me përfitime të përkohëshme.

Zbatimi i programit ka nisur në shtator 2016 dhe do të intensifikohet në periudhën janar-qershor 2017. Janë trajnuar nga stafi i KQZ 25 studentë rom, të cilët do të zhvillojnë sesione edukimi zgjedhor në vendqëndrimet e komunitetit rom dhe egjiptjan në 11 qarqe të vendit: Tiranë, Durrës, Elbasan, Fier, Berat, Kuçovë, Pogradec, Korçë, Gjirokastër, Lezhë, Delvinë.

Monitorimi i aktiviteteve të zhvilluara në Tiranë dhe Durrës, tregoi se:

* është gjetur forma dhe “gjuha” e përshtatshme që sesionet të ndiqen me interes nga komunitetet rome dhe egjiptjane;
* Realizimi i sesioneve të edukimit zgjedhor nga trajnerë rom, bën që mesazhet të jenë bindëse për komunitetin;
* Kontributin institucional për integrimin e rinisë rome si një formë edukimi në vetvete për ndryshimin e mentaliteteve diskriminuese, për krijimin e një shoqërie pa-paragjykime.

Gjatë sesioneve edukuese do të simulohen procedurat e votimit, për të familjarizuar zgjedhësit rom me to. Probleme të ndryshme të komunitetit në prag zgjedhjesh, përfshirë këtu edhe tentativa për blerjen e votës, do të referoheshin pa hezitim atje ku komuniteti “mirëpritet”, ku nuk ndjehet inferior për shkak të vështirësive në të artikuluar të problemit, apo paqartësisë se ku duhet të drejtohet. Në këtë vlerësim, në sesionet e edukimit bëhet me dije se trajnerët (studentët romë) do të jenë pranë dhe në ndihmë të komunitetit gjatë muajit qershor. Studentët rom janë trajnuar për mënyrën dhe vendin ku duhet të adresojnë çdo problem të referuar nga komuniteti lidhur me procesin zgjedhor, gjithashtu do t’i përcjellin problematikat edhe në KQZ.

2.5.3 Informimi dhe sensibilizimi i personave me aftësi të kufizuar kërkon realizimin e projekteve të vecanta në funksion të nevojavespecifike të këtij grupimi zgjedhësish.

Realizimi i një spoti informues dhe sensibilizues për personat me aftësi të kufizuar, do të informojë këtë grupim shoqëror për mënyrën e dhënies së ndihmës 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`i japë ndihmën, detyrimet e atij që do të japë ndihmën për mos shtrembërimin e vullnetit të zgjedhësit PAK, mënyrën e përdorimit të shablloneve/maskave me alfabetin braiL Përmes këtij spoti do të transmetohen mesazhe sensibilizuese për të nxitur pjesëmarrjen e zgjedhësve me aftësi të kufizuar në votime.

**Realizimi dhe transmetimi:** Realizimi i këtij spotit televiziv 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 40-45 sekondash dhe do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, dhe do të transmetohet në periudhën një muaj para datës së zgjedhjeve.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **MUAJI** | **MAJ** | **QERSHOR** |
| **JAVA** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** |
| Transmetimi i spotit (40-45 sek) |  |  |  | **10%** | **15%** | **20%** | **25%** | **30%** |  |

Angazhimi 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.

### 2.5.4 Program informimi dhe sensibilizimi për zgjedhëset gra

Për këtë qëllim do të realizohet spot i veçantë televiziv që do të adresojë zgjedhëset gra të të gjitha moshave dhe profesioneve, gratë e zonave rurale, gratë shtëpiake, duke përcjellë mesazhe për:

* Pjesëmarrje në votim;
* Ushtrimin e të drejtës së votës në mënyrë të drejtpërdrejtë, të lirë dhe të pandikuar;

**Metodologjia e realizimit:** Realizimi i spotit televiziv do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim. Spoti duhet të përcjellë mesazhin në formë sa më bashkëkohore dhe do të ketë një kohëzgjatje prej 45 sekondash dhe do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës në periudhën një muaj para datës së zgjedhjeve, në fasha orare me audiencë nga ky grupim.

Informimi dhe sensibilizimi i grave nëpërmjet takimeve

Për përcjelljen e informacionit zgjedhor dhe mesazheve të dedikuara për zgjedhëset gra 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.

### 2.5.5 Program për shtetasit shqiptarë me banim jashtë vendit

Informimi zgjedhor për shtetasit shqiptarë me banim jashtë territorit të Republikës së Shqipërisë do të realizohet në bashkëpunim me Ministrinë e Jashtme (shërbimin diplomatik dhe konsullor) organizatat përfaqësuese të komuniteteve shqiptare me banim jashtë vendit, Ministrinë e Brendshme (Policinë e Kufirit).

Përmes këtij bashkëpunimi, synohet angazhimi i këtyre institucioneve për të shpërndarë fletëpalosjet me informacion zgjedhor tek shtetasit shqiptarë, si dhe shpërndarja në pikat e kalimit kufitar për shtetasit që vijnë në atdhe përpara datës së zgjedhjeve.

# PJESA E TRETË

**Plani i Veprimit**

3.1 PLANI I VEPRIMIT parashikon mënyrën e kryerjes së veprimeve në përmbushje të strategjisë sipas tabelës së mëposhtme:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **programi** | **Veprimet** | **Shtrirja kohore** |
| **EDUKIMI****INFORMIMI****SENSIBILIZIMI****I ZGJEDHËSVE PËRMES MEDIAVE AUDIO VIZIVE** | hartimi i skripteve për spotet TV/titrat/spotet Radio | Shkurt 2017 |
| Komunikimi me OJF/Organizata të huaja/ AMA/TVSH/media kombetare dhe lokale | Shkurt 2017 |
| Realizimi i procedurave të prokurimit për prodhimin e spoteve | Shkurt- Mars 2017 |
| Realizimi i spotevePërshtatja me gjuhën e shenjave | Prill – Maj 2017 |
| Përzgjedhja e mediave ku do të kryhet transmetimi | Prill 2017 |
| Transmetimi në TV/Radio | 18 Maj – Qershor 2017 |
| **PROGRAM I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET NËPËRMJET FORMAVE TË SHKRUARA** | Përgatitja e skripteve për të gjithë llojet e materialeve;Komunikimi me redaksite e gazetave per tarifat e botimitKomunikimi me OJF e pakicave kombetare dhe perkthimi i skripteve te posterave/fletëpalosjeve | 15 janar--15 mars2017 |
| Komunikimi me Universite/ Fakultete të Artit Pamor/Dizajn, për angazhimin e studentëve për realizimin grafik të materialeve | Janar - shkurt 2017 |
| Realizimi i procedurave të prokurimit për prodhimin e materialeve | Shkurt- Mars 2017 |
| Prodhimi i materialeve |  Prill 2017 |
| Shpërndarja e fletëpalosjeve ne pikat e kalimit kufitar/ambasada/Zyra Konsullore | Maj 2017 |
| Shpërndarja e posterave/Ngritja e Pikave të Informimit Zgjedhor | Maj – Qershor 2017 |
| **PROGRAM I PËRGJITHSHËM EDUKIMI INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET MATERIALEVE PROMOCIONALE** | Përgatitja e përmbajtjes së materialeve | Shkurt 2017 |
| Realizimi i procedurave të prokurimit për prodhimin, shpërndarjen dhe afishimin e materialeve | Shkurt – Mars 2017 |
| Prodhimi i materialeve | Prill 2017 |
| Shpërndarja dhe afishimi i materialeve | Maj -Qershor 2017 |
| **REALIZIMI I****TAKIMEVE ME****ZGJEDHES TË RINJ,****ZGJEDHËSE GRA,****ZGJEDHES TE PAKICAVE KOMBETARE** | Marëvëshje bashkepunimi KQZ me Ministrinë e Arsimit, Ministrinë e Çështjeve Sociale dhe Rinisë; | Shkurt- Mars 2017 |
| Vendosja e kontakteve me OJF përfaqësuese, Drejtioritë Rajonale Arsimore |  |
| Hartimi i kalendarit te takimeve në KQZ/shkolla/universitete/ qytete | Prill 2017 |
| Realizmi i takimve | Prill, Maj dhe Qershor 2017 |

### 3.1.1 Bashkëpunimi i KQZ-së me institucionet dhe organizatat

Implementimi i projekteve të strategjisë së edukimit zgjedhor të shtetasve për zgjedhjet për Kuvend 2017, për nga vetë rëndësia dhe qëllimi i tyre, padyshim do të ketë vëmendjen e partnerëve ndërkombëtarë si OSBE, KE, USAID, UN ËOMEN, etj., asistenca e të cilëve përmes ekspertizës teknike dhe kontributeve financiare do të jetë faktor suksesi. Bashkëpunimi 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, përfaqësuese 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 është i vlerësuar, do të kërkohet dhe mirëpritet.

### 3.1.2 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.