

APLIKIMI

Edukimi i zgjedhësve nëpërmjet mediave dhe formave të shkruara

(postera, fletëpalosje, banderola, shkrime në autobusat e linjave urbane dhe interurbane, objekte promociionale 3D dhe tullumbace promociionale, etj.)

Tabela 1

	EMERTIMET E ELEMENTEVE SPECIFIKE
	Njoftime në gazeta dhe në revista
	Banderola, njoftime te ndriçuara, makina lëvizëse në rrugët kryesore
	Posterat në rrugët e qyteteve
	Postera në ambjente të brendshme dhe të jashtme
	Fletëpalosjet
	Objekte 3D promociionale
	Shkrime ne autobusa të linjave urbane dhe interurbane
	Reklama në materiale promociionale (kapele, bluza)
	Edukimi, informimi dhe sensibilizimi zgjedhor në distancë
	Edukimi dhe sensibilizimi zgjedhor nëpërmjet debateve me të rinjtë

Njoftime në gazeta dhe revista periodike

Njoftimet do të publikohen në mediat, e shkruara të përditshme, përjavshme ose përmuajshme, që plotësojnë këto kritere:

- Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë subjekte juridike të regjistruara);
- Kanë jo vetëm tirazh të lartë ditor dhe javor, por dhe numër po kaq të lartë shitjesh;
- Kanë jo më pak se dy vjet (gazetat) dhe jo më pak se 5 vjet (revistat) që qarkullojnë në treg;
- Kanë shtrirje maksimale gjeografike.

Përmbajtja e njoftimeve publicitare në median e shkruar

Do të përgatiten dy lloje njoftimesh publicitare, të cilat do të publikohen gjatë muajit të fundit (30 ditët e fundit) të fushatës për edukimin e zgjedhësve.

Njoftimi I, në median e shkruar, do të përmbajë këto mesazhe:

- Sistemi i ri i votimit
- Qëllimi i votimit
- Modeli i fletës së votimit
- Mënyra e rregullt e votimit
- Dokumentet e identifikimit të zgjedhësit në qendrën e votimit
- Sensibilizim i shtetasve për pajisjen me kartë identiteti
- Rregullat që duhet të zbatohen të zgjedhësit gjatë procesit të votimit
- Oraret e votimit
- Data e zgjedhjeve

Njoftimi II, në median e shkruar, do të ketë këtë përmbajtje:

- Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
- Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime
- Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare dhe ruajtjen e etikës dhe të rregullit gjatë procesit të votimit
- Oraret e votimit
- Data e zgjedhjeve

Në të njëjtën kohë, në të gjitha këto materiale, do t'u bëhet me dije zgjedhësve që të shfrytëzojnë edhe burimet zyrtare të informacionit zgjedhor, sikundër janë faqja e Komisionit Qëndror të Zgjedhjeve në internet dhe numri i telefonit pa pagesë për të marrë informacionin e nevojshëm.

Për mediat e shkruara do të publikohet në datat me numra tek, në subjektet që kanë numrin tek në listën e mëposhtme, ndërsa njoftimi II do të publikohet në datat me numër çift në subjektet me numër çift. Në këtë mënyrë do të alternohet publikimi i dy llojeve të mesazheve në ditë të ndryshme, në subjekte të ndryshme.

Mediat e shkruara të përditshme, në të cilat do të publikohen njoftimet janë:

- **PANORAMA**
- **SHEKULLI**
- **SHQIP**
- **KOHA JONE**
- **GAZETA SHQIPTARE**
- **STANDARD**
- **KORRIERI**
- **TELEGRAF**
- **METROPOL**
- **BALLKAN**
- **TIRANA OBSERVER**
- **REPUBLIKA**
- **GAZETA 55**
- **PALOMA**
- **SPORTI SHQIPTAR**
- **ALBANIA**

Njoftimet do të publikohen për një periudhë 30 ditore përpara ditës së zgjedhjeve. Vlera e publikimit është llogaritur për një faqe A3 (faqe e plotë gazete).

Mendohet që *njoftimi I* në revista do të publikohet në javët me numër tek, ndërsa njoftimi II do të publikohet në javët me numër çift. Në këtë mënyrë do të alternohet publikimi i dy llojeve të mesazheve në javë të ndryshme, në subjekte të ndryshme. Në dy javët e fundit para datës së zgjedhjeve do të negociohet për të patur të dy njoftimet njëkohësisht, në mënyrë që të mundësohet përcjellja e mesazheve paralelisht e të mos krijohen shkëputje. Ky fakt varet nga parametri financiar dhe mirëkuptimi që do reflektojnë subjektet që përshkruhen në listën e mëposhtme:

- Revista "KLAN" (e përjavshme)
- Revista "KULT" (e përjavshme)

Banderola në rrugët kryesore të vendit, njoftime te ndriçuar dhe makina lëvizëse

Përmbajtja e elementit

Banderolat do të vendosen në rrugët kryesore të disa qyteteve, ndërsa City Lights dhe makinat lëvizëse do të kontraktohen në bazë të një numri të caktuar me agjencitë përkatëse. 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 masive në zgjedhje
- Emërtimi i plotë i KQZ-së, logo e saj, si dhe logo e slogani i zgjedhjeve

Do të prodhohet një lloj banderole me material plastik, i cili bën një prezantim si dinjitoz ashtu edhe cilësor të mesazhit. Përmasat e banderolave do të jenë 10 m x 0.75 m x 2 faqe = 15 m².

Porositë përkatëse do t'u ngarkohen dhe Zyrave rajonale, të cilat do të mbikëqyrin ecurinë e këtij procesi, qëndrueshmërinë e tyre dhe do të raportojnë për dëmtimet e mundshme.

Postera në rrugët e qyteteve

Përmbajtja e elementit

Një tjetër formë e reklamës që mendohet të aplikohet janë postera e mëdhenj (bill-board), të përmasave 3mx2m², nëse do gjenden mjetet financiare. Do të prodhohen 2 lloje posterash në këto përmasa. Përmbajtja e këtyre posterave do të jetë e njëjtë me posterat e formatit B2, që do të prodhohen për vendosjen në ambiente publike apo dhe në qendrat e votimit. Në këto postera do të jepen mesazhe mbi:

- Për çfarë votohet
- Kush voton
- Kur votohet
- Oraret e votimit
- Mënyrën e votimit
- Thirrje për pjesëmarrjen në votime
- Respektimin e rregullave të votimit
- Datën e zgjedhjeve

Posterat në ambiente të brendshme dhe të jashtme

Përmbajtja e elementit

Temat që do të përmbajnë posterat e destinuara për në ambientet e brendshme do të kenë të njëjtën përmbajtje me ato që do të vendosen në rrugë apo sheshet kryesore apo dhe me fletëpalosjen e vogël, që përcakton se si të votohet. Paralelisht, do të ketë postera sensibilizues, të cilët do të bëjnë thirrje për të respektuar rregullat e votimit, apo ndalimin e votimit në grup, atij familjar apo përdorimit të celularit. Për këtë, nisur dhe nga përvoja e mëparshme do të konceptohen 4 lloje posterash, ku do të përcillen 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
- Oraret e votimit
- Rregullat që duhet të zbatohen gjatë procesit të votimit
- Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime
- Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit
- Datën e zgjedhjeve

Temat e mësipërme, sikundër u theksua më sipër, do të ndahen në disa modele të ndryshme. Posterat do të shoqërohen me ilustrime (figura demonstruese), për të shpjeguar nga ana vizuale veprimet që përshkruhen me fjalë.

Do të publikohen 4 lloje të ndryshme posterash të përmasave B2 (300mm x 450m). Nga një kopje për secilin lloj posteri do të rezervohet për t'u shpërndarë me materialet zgjedhore në mënyrë që të vendosen sa më dukshëm, në të gjitha

qendrat e votimit, që të shihen qartë nga zgjedhësit, ndërsa pjesa tjetër do të shpërndahet dhe ngjitet nëpër qytete të ndryshme së bashku me fletëpalosjet dhe materialet promocionale.

Fletëpalosjet

Përmbajtja e elementit

Temat që do të përmbajnë fletëpalosjet do të jenë:

- Informacione mbi të drejtën e votës
- Informacione mbi zgjedhjet
- Qëllimin e votimit
- Kush voton
- Fletën e votimit
- Mënyrën e rregullt të votimit
- Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në qendrën e votimit
- Oraret e votimit
- Rregullat që duhet të zbatohen në zgjedhjet gjatë procesit të votimit
- Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
- Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime
- Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit
- Hapat që duhet të ndërmerren në zgjedhje, nëse nuk gjen emrin në listën përfundimtare
- Data e zgjedhjeve

Temat e mësipërme do të ndahen në dy modele të ndryshme. Në secilin model do të jetë një seksion i veçantë, i cili do të përmbajë një informacion thelbësor për zgjedhësin. Në fletëpalosjen e madhe (A4) do të ketë informacion për zgjedhësit që nuk janë në listën përfundimtare, por dhe mesazhe informuese dhe sensibilizuese. Fletëpalosjet e vogla, të konceptuara si fletëpalosje xhepi, do të japin 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. Fletëpalosjet do të shoqërohen edhe me ilustrime (figura demonstruese) për të shpjeguar nga ana vizuale veprimet që përshkruhen me fjalë.

Objekte promociionale 3D

Përmbajtja e elementit

Do të përgatiten 12 objekte tre dimensionalshe me përmasa 2-3 m³, të cilat do të vendosen në qendrat e 12 qarqeve gjatë gjithë muajit të fundit të zgjedhjeve. Do të alternohet, paralelisht vendosja e tyre me shpërndarjen e materialeve të ndryshme promociionale (fletëpalosje etj.)

Në objektet 3D do të shkruhet:

- Për çfarë votohet
- Thirrje për pjesëmarrjen në votime
- Data e zgjedhjeve
- Emërtimi i plotë i KQZ-së, logo e saj, si dhe logo e slogani i zgjedhjeve

Ngarkohen zyrat rajonale, në bashkëpunim me Sektorin e Marrëdhënieve me Publikun të mbikëqyrin jo vetëm vendosjen e tyre, por dhe ecurinë e gjithë përmbajtjes së këtij elementi. Mendohet që të organizohen dhe ceremoni të thjeshta të karakterit festiv në kuadër të çeljes së fushatës si në kryeqytet ashtu dhe në qarqe të tjera, ku do të montohen këto materiale promociionale.

Shkrime në autobusa të linjave urbane dhe interurbane

Përmbajtja e elementit

Shkrimet do të përmbajnë mesazhe me këto tema:

- Për çfarë votohet
- Oraret e votimit
- Mënyra e votimit
- Thirrje për pjesëmarrjen në votime
- Respektimi i rregullave të votimit
- Data e zgjedhjeve

Reklama në materiale promocionale

Përmbajtja e elementit

Materialet promocionale që do të prodhohen janë: bluza (T-shirts), kapele me strehë të fortë. Temat që do të përmbajnë reklamat në materiale promocionale do të jenë:

- Për çfarë votohet
- Thirrje për pjesëmarrjen në votime
- Data e zgjedhjeve

EDUKIMI, INFORMIMI DHE SENSIBILIZIMI ZGJEDHOR NË DISTANCË

Në faqen zyrtare të internetit të KQZ-së **www.cec.org.al** do të hapet një seksion i veçantë, në rubrikën që do të ketë për emërtim sloganin e zgjedhjeve. Në këtë rubrikë do të vendoset i gjithë materiali edukativ, informues dhe sensibilizues, që do të aplikohet si në format e shkruara ashtu dhe elektronike në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë. Kështu, kushdo që do të vizitojë faqen zyrtare të KQZ në internet, do të njihet nga afër me të gjithë materialin edukues, ta asimilojë atë, por edhe të njohë punën e institucionit tonë në këtë aspekt. Por në të njëjtën kohë, nëpërmjet rubrikës kontakt, do të jepet mundësia dhe për një komunikim të drejtpërdrejtë për çfarëdo paqartësie që mund të kenë zgjedhësit. Faqja do të mirëmbahet nga *Drejtoria e Teknologjisë së Informacionit*. Qëllimi i përdorimit të një seksioni të veçantë në eëbsite-in e KQZ-së i shërben përcjelljes në mënyrë sa më të përshtatshme të informacionit dhe njohurive zgjedhore. Shtrirja e mëtejshme e kapaciteteve teknike, që do të mundësojnë transmetimin on-line të mbledhjeve të KQZ-së në të gjithë rrjetin, është një tjetër element, i cili jo vetëm ndikon në rritjen e transparencës së punës së institucionit tonë, por mbi të gjitha krijon një mundësi të jashtëzakonshme komunikimi me çdo përdorues të internetit. Ky element do të përcillet gjerësisht në median e shkruar dhe atë vizive, në mënyrë që sa më shumë njerëz të njihen më këtë aspekt të punës sonë.

Elementi duhet të jetë gati brenda muajit maj 2009 dhe do të qëndrojë i publikuar në faqe deri në shpalljen e rezultateve përfundimtare të Zgjedhjeve për Kuvendin e Shqipërisë. Më pas, do të kalojë në arkivin e faqes, por gjithmonë në mënyrë të tillë që të gjendet lehtësisht nga kushdo.

Edukimi, informimi dhe sensibilizimi zgjedhor nëpërmjet debateve me të rinjtë

Përmbajtja e elementit

Kjo do të realizohet nëpërmjet Sektorit të Marrëdhënieve me Publikun dhe personave të kontaktit në Universitete të ndryshme.

Nëpërmjet kësaj forme të marrëdhënieve me publikun, të parashikuar edhe në Strategjinë e KQZ-së për Marrëdhëniet me Publikun për vitin 2009, do të organizohen vizita të anëtarëve të KQZ-së nëpër universitete të ndryshme ku nëpër auditoret e tyre do të krijohen debate me tema nga Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë.

MJETET E REALIZIMIT

Te gjitha materialet promociionale do të prodhohen dhe shpërndahen nga kompani të kontraktuara për këtë qëllim, në bashkërendim me Zyrat rajonale dhe *Sektorin e Marrëdhënieve me Publikun*, apo dhe nëpërmjet strukturave të tjera vullnetare. Do të kihet parasysh që shpërndarja të bëhet në mënyrë sa më proporcionale, për të patur një shtrirje maksimale gjeografike. Është mëse e nevojshme të garantohet shpërndarja e tyre dhe në zonat më të thella të vendit, pasi kjo do të ndihmonte shumë në sensibilizimin e banorëve të këtyre zonave.

KOHA E APLIKIMIT

Shpërndarja e tyre në publik do të fillojë menjëherë pas përgatitjes së tyre jo më herët se 8 javë nga data e zgjedhjeve, por jo më vonë se 4 javë para datës së zgjedhjeve.

EDUKIMI I ZGJEDHËSVE NËPËRMJET MEDIAVE ELEKTRONIKE (AUDIO-VIZIVE)

Prodhimi i spoteve televizive dhe radiofonike do të bëhet nga studio të specializura dhe profilizura në këtë drejtim sipas tematikave të përcaktuara nga ana e KQZ-së. Transmetimi i spoteve do të realizohet në stacione televizive dhe radiofonike që plotësojnë kriteret e mëposhtme:

- Ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore (të jenë të licensuar nga KKRT)
- Mbulojnë efektivisht territorin gjeografik të parashikuar në licensën përkatëse
- Kanë audiencë të lartë
- Të kenë 'target-group' të përcaktuar qartë
- Respektojnë rregullat e etikës profesionale në ushtrimin e aktivitetit mediatik
- Të kenë më shumë se 5 vjet që operojnë në treg

	ELEMENTE SPECIFIKE TE FUSHTAES
	Spoti televiziv – I
	Spoti televiziv – II
	Spoti televiziv – III
	Spoti televiziv – IV-V
	Spoti televiziv VI
	Spoti radiofonik – I
	Spoti radiofonik – II
	Spoti radiofonik – III
	Spoti radiofonik – IV
	Titrat televizivë – I – II

SPOTET TELEVIZIVE

Spotet televizive janë pjesa më thelbësore e fushatës së edukimit, informimit dhe sensibilizimit zgjedhor të shtetasve. Është parë si e nevojshme që gjatë fushatës të ndërtohen 5 spote, të cilët mundësojnë dhënien e të gjithë informacionit të sipërpërmendur. Spotet do të ndahen në disa kategori, si spote edukative, informativo-edukative, ndërgjegjësues dhe sensibilizues. Ajo çka është më e rëndësishmja, është se disa prej spoteve do të kenë target-grup të përcaktuar qartë. Tematika e spoteve do të sugjerohen nga KQZ, ndërsa realizimi i situatave të përcjelljes së mesazheve do të bëhet nga subjektet që do të kontraktohen për këtë qëllim.

Spoti televiziv I (edukativ)

Përmbajtja e Spotit televiziv I (edukativ)

Ky spot do të përmbajë mesazhe të cilat do të përcjellin informacione te zgjedhësit në lidhje me:

- Qëllimin e votimit
- Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në qendrën e votimit
- Veprimet që kryhen para komisionit të qendrës së votimit
- Mënyrën e rregullt të votimit
- Fletën e votimit
- Rregullat që duhet të zbatohen zgjedhësit gjatë procesit të votimit
- Oraret e votimit
- Datën e zgjedhjeve

Kohëzgjatja

Spoti I do të ketë karakter të mirëfilltë edukativ duke treguar një pas një hapat që duhen të ndjekin votuesit që para se të hyjnë në qendrën e votimit, më pas brenda saj, për të kryer një votim të rregullt, konform të gjitha parametrave. Për këtë arsye spoti do të ketë një kohëzgjatje prej 90-100 sek. Ai do të transmetohet i plotë gjatë gjithë kohës, pasi nuk mund të ndahet apo fragmentarizohet.

Spoti televiziv II (informativ)

Përmbajtja e Spotit televiziv – II

Spoti II do të përmbajë mesazhe, të cilat përcjellin informacione te zgjedhësit në lidhje me:

1. Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
2. Informacion mbi sistemin e ri zgjedhor
3. Ndërgjegjësimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime
4. Rritjen e përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit
5. Oraret e votimit
6. Datën e zgjedhjeve

Kohëzgjatja

Spoti II do të jetë 60 sek. i gjatë dhe do të ndërtohet në mënyrë të tillë që të mund të transmetohet dhe në dy pjesë prej 30 sek. Kjo për vetë natyrën e tij informative dhe sensibilizuese, në mënyrë që të rritet efikasiteti i përcjelljes së mesazhit te zgjedhësit.

Spoti televiziv III (informativo- sensibilizues)

Përmbajtja e Spotit televiziv – III

Spoti **III** do të jetë një spot që ka për qëllim të përcjellë te zgjedhësi mesazhin më themelor që ka të bëjë me rritjen e pjesëmarrjes në votime. Ai do të synojë që të përfshijë në "target-in" e tij një grup sa më të gjerë shoqëror.

Spoti **III** do të përmbajë këto mesazhe:

- Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
- Sensibilizim për listat e zgjedhësve
- Data e zgjedhjeve

Kohëzgjatja

Spoti **III** do të jetë një spot me format 60 sek. Është e nevojshme që spoti të krijohet në mënyrë të fragmentarizuar që përpos shfaqjes së tij të plotë (60 sek), të jetë e mundur të transmetohet dhe në versione 30 sekondëshe që të mos jetë i lodhshëm.

Spotet televizive IV dhe V (sensibilizues)

Përmbajtja e spoteve televizive IV dhe V

Spotet televiziv IV e V do t'u adresohen kryesisht të rinjve jo vetëm si moshë, por dhe atyre që votojnë për herë të parë.

Spotet do të përmbajnë këto elemente:

1. Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
2. Përse është e rëndësishme të marrësh pjesë në votime
3. Vota është një e drejtë ligjore e çdo shtetasi që ka mbushur moshën 18 vjeçare
4. Vota është informacion personal
5. Oraret e votimit
6. Data e votimit

SPOTI TELEVIZIV VI

Ky spot ka për qëllim të percjellë mesazhin për kartat e identitetit dhe do të dalë në transmetim minimalisht 50 ditë përpara datës së zgjedhjeve dhe do të sensibilizojë dhe ndërgjegjësojë të gjithë votuesit për të aplikuar dhe tërhequr pranë njësisë bashkiake ku jetojnë këto karta identiteti që janë një nga dokumentet e nevojshme që shërbejnë për të votuar.

Mjetet e aplikimit të spoteve televizive

Spotet televizive do të transmetohen në televizione me licencë kombëtare e lokale që ushtrojnë veprimtari të rregullt ligjore, pra jo vetëm të jenë të licensuar nga KKRT, por të respektojnë ligjin për piraterinë apo të mostransmetimit në zona të paautorizuara. Në grupin e parë të mediave vizive do të përfshihen ato televizione që përpos kriterëve të sipërpërmendura, ku një rol të rëndësishëm ka edhe shtrirja gjeografike në transmetimet e tyre, do të kihet parasysh dhe audiencia e tyre për shkak të cilësisë së transmetimit, cilësisë së programacionit dhe popullaritetin që kanë në mbarë vendin. Për këtë shkak, në këtë kategori televizionesh, edhe shpeshtësia e transmetimit të spoteve do të jetë më e lartë.

1. **TVSH** - (televizioni publik). Zona e mbulimit: Me sinjal të dobët zonat: Malësi e Madhe, Dibër, Devoll, Kolonjë, Përmet, Gramsh.
2. **TV Klan**- Tiranë (kanal kombëtar). Mbulon me sinjal të dobët:Tropojë, Mat , Dibër, Bulqizë, Gramsh, Devoll, Kolonjë.
3. **Top Channel**- Tiranë (kanal kombëtar). Mbulon dobët zonën veriore dhe verilindore të vendit.
4. **Vizion Plus**- Tiranë, (kanal lokal). Mbulon me sinjal të plotë Ultësirën Perëndimore nga Kruja deri në Sarandë.
5. **Digitalb** (televizion Kabllor dhe satelitor).
6. **Tv Neës 24**- Tiranë (televizion lokal). Mbulon me sinjal të plotë Ultësirën Perëndimore nga Kruja deri në Sarandë
7. **TV Alsat**- Tiranë, (televizion lokal). Mbulon me sinjal qarqet Tiranë, Durrës, si dhe bashkitë: Elbasan, Vlorë, Gjirokastër.
8. **TV Koha**- Tiranë (kanal lokal). Mbulon me sinjal të plotë pjesë Ultësirën Perëndimore nga Lezha deri në Tiranë, si dhe Mirditën.
9. **TV Albania Mediasat**- Tiranë (televizion lokal). Mbulon me sinjal qarkun Tiranë, Durrës.
10. **Ora News**, Tiranë (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Lezhën, Mirditën, Laçin, Krujën, Durrësin, Tiranën, Kavajën, Peqinin, Elbasanin, Librazhdin, Gramshin, Lushnjën, Fierin.
11. **Shijak TV**- Tiranë (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Lezhën, Mirditën, Laçin, Krujën, Durrësin, Tiranën, Kavajën, Peqinin, Elbasanin, Librazhdin, Gramshin.

Mjetet e aplikimit të spoteve televizive

Në televizionet lokale, që mbulojnë pjesë më të vogla të territorit të Shqipërisë, është parashikuar një numër më i reduktuar transmetimi spotesh. Nisur nga fakti se territoret në të cilat ata transmetojnë, mbulohen në të shumtën e rasteve dhe

nga kanalet televizive kombëtare apo dhe lokale me qendër në Tiranë, kuptohet pse është e këshillueshme të vepohet në këtë mënyrë. TV – lokale në pjesën më të madhe të kohës trajtojnë tematika apo problematika që lidhen ngushtë me jetën e komuniteteve respektive. Për pasojë dhe audienca, në fasha të veçanta oraresh, është mjaft e lartë. Kjo mundëson përcjelljen e plotë të mesazheve edukative, informative dhe sensibilizuese të KQZ-së, në mbarë territorin e vendit.

Egnatia TV – Tiranë - Elbasan (televizion lokal). Mbulon me sinjal zonën e Shqipërisë Qendrore nga Durrësi deri në Kolonjë (Lezhën, Laçin, Krujën, Durrësin, Kavajën, Peqinin, Elbasanin, Librazhdin, Gramshin, Korçën, Kolonjën).

Nesër TV, Tiranë (televizion lokal). Mbulon me sinjal qarqet Durrës, Tiranë

UFO TV (televizion lokal). Mbulon me sinjal Tiranën dhe disa zona në Ultërsirën Perëndimore.

Rozafa TV- Shkodër (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Malësinë e Madhe, Shkodrën, Pukën, Mirditën, Lezhën, Laçin

TV Dibra- Peshkopi (televizion lokal). Mbulon me sinjal bashkinë Dibër.

TV Kuksi- Kukës (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Tropojën, Hasin, Kukësin, Mirditën, Tiranën si dhe disa zona në Ultërsirën Perëndimore.

TV M+ - Lezhë (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Lezhën, Shkodrën, Laçin, Krujën.

TV Korça- Korçë (televizion lokal publik). Mbulon me sinjal një pjesë të madhe të prefekturës Korçë.

TV ARV- Pogradec (televizion lokal). Mbulon me sinjal Pogradecin dhe Korçën.

TV Klaudiana - (televizion lokal). Mbulon me sinjal Peqinin dhe zonat përreth

TV AVN- Fier (televizion lokal). Mbulon me sinjal: Fierin, Lushnjën, Mallakastrën.

Amantia TV- Vlorë (televizion lokal) Mbulon me sinjal Bashkinë Vlorë

Onufri TV- Berat (televizion lokal). Mbulon me sinjal Beratin.

TV 4 +- Mbulon me sinjal të plotë Lushnjën, zonat përreth, si dhe Fierin.

Koha e aplikimit të spoteve televizive

Spotet televizive do të transmetohen në muajin e fundit të fushatës zgjedhore (jo me pak se 30 ditë nga data e zgjedhjeve). Transmetimi i tyre do të ndjekë një strategji të qartë dhe të mirëpërcaktuar. Ai do të fillojë gradualisht me shfaqjen e spoteve informative dhe sensibilizues për 15 ditët e para. Në 15 ditorin e dytë do të fillojë dhe transmetimi i spotit edukativ mbi mënyrën e votimit, paralelisht me spotet e tjera, pasi kjo do të mundësojë efikasitetin e tij maksimale. Mesatarisht llogaritet që në mediat elektronike të grupit të parë të kemi transmetimin e gjashtë spoteve në ditë dhe katër në mediat e grupit të dytë. Kjo strategji synon, që pasi zgjedhësit të njihen me faktin që zhvillohen zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë, të njihen saktësisht dhe me mënyrën e saktë të votimit apo dhe t'u bëhet apel për të marrë pjesë gjerësisht në votime. Ky gërshetim në koncept duhet të pasohet dhe me një strategji shumë të saktë dhe mbi fashën e orareve të transmetimit, si në 'day - time' ashtu dhe në 'prime - time', pasi ky element është shumë i rëndësishëm. Për të patur një rezultat maksimal do të kërkohet bashkëpunimi me agjenci të profilizuara dhe specializuara në këtë drejtim, nëpërmjet nënkontraktimit, të cilat do të hartojnë mediaplanin përfundimtar, në bashkëpunim të ngushtë me KQZ-në dhe me aprovimin e saj.

TITRAT TELEVIZIVE

Titrat do të kenë një format shumë të përmbledhur dhe sa më të detajuar, në mënyrë që të kenë një kohë realivisht sa më shkurtër transmetimi. Duhet patur parasysh që mesazhet që do të përcillen në këtë mënyrë nuk duhet të jenë të shumtë, pasi mund të sjellin konfuzion tek teleshikuesit. Për këtë arsye është menduar të ketë vetëm dy të tillë, të cilat të kenë dy drejtime kryesore, paralele. Në rastin e parë do të kihet parasysh tërheqja e vëmendjes se zgjedhësve për të kontrolluar emrin e tyre në listat përfundimtare dhe si të veprojnë nëse nuk janë të

rregjistruar në të. Ndërsa në titrën e dytë do të ketë një informacion mbi mënyrën e rregullt të votimit apo dhe elementë të tjerë, që do të vendosen përfundimisht nga KQZ.

Titra televizive I-II

Përmbajtja e titrës televizive I

Titra I do të përmbajë mesazhe informuese dhe edukative me këtë tekst:

1. Apel ndaj zgjedhësve për të verifikuar emrin në listën përfundimtare
2. Hapat që duhet të ndërmarin zgjedhësit për t'u regjistruar nëse nuk janë në listën përfundimtare
3. Qëllimin e votimit
4. Datën e Zgjedhjeve

Përmbajtja e titrës televizive II

Titra II do të përmbajë mesazhe ndërgjegjësuese me këtë tekst:

1. Qëllimin e votimit
2. Shpjegime mbi fletën e votimit
3. Mënyrën e rregullt të votimit
4. Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në qendrën e votimit
5. Rregullat që duhet të zbatojnë zgjedhësit gjatë procesit të votimit
6. Oraret e votimit
7. Datën e zgjedhjeve

Mjetet e realizimit

Realizimi i titrave televizive do të bëhet i mundur nga disa televizione. Më poshtë është lista e televizioneve në të cilat do të transmetohen titrat televizive.

1. TV NEWS 24- Tiranë
2. ORA NEWS- Tiranë
3. NESËR TV - Tiranë
4. TOP NEWS - Digitalb

Do të shihet mundësia që ky element të përfshihet dhe në kontratat me kanale të tjera në rang vendi.

Koha e aplikimit

Titrat televizivë do të transmetohen gjatë muajit të fundit nga data e zgjedhjeve. Transmetimi i tyre do të vijë në rritje progresive, duke u bërë më të shpeshta në ditët e afërta me datën e zgjedhjeve. Mesatarisht, llogaritet transmetimi i tre titrave në ditë. Por kjo do të kushtëzohet dhe nga përmbajtja e tyre, pasi mund të jetë e nevojshme që **Titra I**, të transmetohet më shpesh ditët e para të kohës së transmetimit për vetë karakterin e përmbajtjes. Sigurisht do të ketë një elasticitet të nevojshëm për çdo rast, i cili do të trajtohet dhe në kontratat me mediat respektive. Përqindja e transmetimit në javë do të rritet duke u afruar data e zgjedhjeve.

SPOTET RADIOFONIKE

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. Këto spote do të transmetohen nga grupi i stacioneve radiofonike si vijon:

- Radio Tirana
- Top Albania Radio
- Radio +2
- Club FM
- Love Radio
- Eurostar Radio
- Radio ALSAT
- Radio Saranda

Spoti radiofonik I

Përmbajtja e spotit radiofonik I

Spoti I radiofonik do të përcjellë mesazhe për informimin dhe edukimin zgjedhor të shtetasve. Ai do të ketë këtë përmbajtje:

1. Qëllimin e votimit
2. Fletën e votimit
3. Mënyrën e rregullt të votimit
4. Dokumentet e vlefshme për identifikimin e zgjedhësit në qendrën e votimit
5. Rregullat që duhet të zbatojnë zgjedhësit gjatë procesit të votimit
6. Datën e zgjedhjeve

SPOTI RADIOFONIK II

Përmbajtja e spotit radiofonik II

Spoti II do të përmbajë mesazhe për ndërgjegjësimin zgjedhor të shtetasve. Ai do të synojë të përcjellë mesazhe sensibilizuese për të rritur pjesëmarrjen në votime. Përmbajtja e tij do të ketë këta elementë:

1. Për çfarë votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
2. Verifikimin e emrit në listën përfundimtare të zgjedhësve
3. Sensibilizimin e zgjedhësve për të marrë pjesë në votime
4. Oraret e votimit
5. Rritjen e ndjeshmërisë dhe përgjegjshmërisë qytetare ndaj rregullsisë së procesit të votimit
6. Datën e zgjedhjeve

SPOTI RADIOFONIK III

Përmbajtja e spotit radiofonik III

Spoti III radiofonik do të synojë të përcjellë mesazhe ndërgjegjësuese për të rinjtë, kryesisht për ata që votojnë për herë të parë. Përmbajtja e tij do të ketë këta elementë:

1. Moshën e votimit
2. Qëllimin e votimit
3. Përse është e domosdoshme të ushtrosh të drejtën e votës

4. Dokumentet e vlefshme të identifikimit për votim
5. Datën e zgjedhjeve

SPOTI RADIOFONIK IV

Përmbajtja e spotit radiofonik IV

Ky spot radiofonik synon të përcjellë mesazhe ndërgjegjësuese dhe sensibilizues për të rinjtë në përgjithsi. Spoti do të ndërtohet në formë të tillë që të ketë në vetvete forma të komunikimit apo bashkëbisedimit rinor, fakt që do të mundësonte 'kapjen' e menjëherëshme nga ana e tyre. Spoti do të përmbajë këta elementë:

1. Përse votohet në Zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë
2. Oraret e votimit
3. Dokumentet e vlefshme të identifikimit në qendrën e votimit
4. Verifikimi i emrit në listën përfundimtare të zgjedhësve
5. Datën e votimit

Koha e aplikimit

Spotet radiofonike do të kenë një format prej 30-45 sekondash dhe do të transmetohen gjatë gjithë muajit të fundit të fushatës (jo më pak se 30 ditë). Transmetimi i spoteve radiofonikë do të ndjekë të njëjtën strategji me atë të spoteve televizivë. Ai do të fillojë garadualisht që në 15 ditët e para të fushatës dhe, më pas, në 15 ditë të dytë do të vijë në rritje. Mesatarisht, llogaritet që të transmetohen nëntë deri në dhjetë spote në ditë. Kjo strategji synon që pasi zgjedhësit të njihen me faktin që zhvillohen zgjedhjet për Kuvendin e Shqipërisë, 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.