



Republika e Kosovës • Republika Kosovo • Republic of Kosovo
Institucioni i Avokatit të Popullit • Institucija Ombudsmana • Ombudsperson Institution

STRATEGJIA E MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN DHE MEDIAT

INSTITUCIONI I AVOKATIT TË POPULLIT

2026–2030

PËRMBAJTJA

1. Përmbledhje ekzekutive	3
2. Konteksti dhe mandati institucional	3
3. Analiza e gjendjes	3
4. Vizioni strategjik	4
5. Objektivat strategjike	4
6. Parimet udhëheqëse të komunikimit	4
7. Audiencat e synuara dhe shtrirja gjeografike	4
8. Mesazhet kryesore dhe korniza narrative	5
9. Strategjia e angazhimit të medias	5
12. Dukshmëria rajonale dhe ndërkombëtare	6
13. Kapaciteti, burimet dhe mbështetja e jashtme	6
14. Monitorimi dhe vlerësimi	6
15. Menaxhimi dhe zbatimi	7

1. Përmbledhje ekzekutive

Kjo Strategji e Marrëdhënieve me Publikun dhe Mediat (2026–2030) krijon një kornizë të strukturuar dhe realiste për të forcuar dukshmërinë, besueshmërinë dhe besimin publik të Institucionit të Avokatit të Popullit për periudhën 2026–2030. Strategjia bazohet në mandatin kushtetues të Institucionit dhe është në përputhje me standardet administrative kombëtare, duke u mbështetur në praktikat më të mira të Avokatit të Popullit Evropian.

Strategjia u përgjigjet sfidave kryesore institucionale, duke përfshirë kapacitetin e kufizuar që ka Institucioni dhe nevojën për të shkuar përtej praktikave kryesisht reaktive të komunikimit. Ajo prezanton një ndryshim drejt komunikimit proaktiv dhe që bëhet përcaktuese e agjendës, që synon rritjen e vetëdijesimit, ndikimin në sjellje dhe pozicionimin e Institucionit të Avokatit të Popullit si një zë i respektuar dhe autoritar mbi të drejtat e njeriut dhe qeverisjen e mirë.

Strategjia zbaton një qasje shumënivelëshe ndaj komunikimit, duke siguruar dukshmëri dhe angazhim të vazhdueshëm në nivel kombëtar, rajonal dhe ndërkombëtar. Ajo i jep përparësi komunikimit të përqendruar te qytetari, angazhimit të strukturuar të medias dhe përdorimit strategjik të mjeteve digjitale, duke ruajtur njëkohësisht pavarësinë institucionale, paanshmërinë dhe besueshmërinë afatgjate.

Zbatimi mbështetet nga objektiva të qarta, audienca të përcaktuara, mjete praktike dhe tregues të matshëm. Strategjia është hartuar për t'u zbatuar nga një njësi e vogël komunikimi, e cila mbështetet nga ekipe të specializuara teknike nga jashtë nëpërmjet kontratave kornizë që institucioni mund t'i angazhojë në të ardhmen.

2. Konteksti dhe mandati institucional

Institucioni i Avokatit të Popullit është një organ kushtetues i pavarur i mandatuara për t'i mbrojtur dhe promovuar të drejtat e njeriut, për të mbikëqyrur ligjshmërinë dhe drejtësinë e administratës publike dhe për të kontribuar në forcimin e qeverisjes demokratike. Efektiviteti i tij varet jo vetëm nga autoriteti ligjor, por edhe nga vetëdijesimi publik, besimi dhe qasshmëria.

Për këtë arsye, komunikimi është një domosdoshmëri strategjike për të interpretuar mandatin e Institucionit. Ai mbështet qytetarët në kuptimin e të drejtave të tyre, informon publikun për çështjet sistematike dhe përforcon rolin e Institucionit, si një organ mbikëqyrës i paanshëm dhe i besueshëm në nivel kombëtar, rajonal dhe ndërkombëtar.

3. Analiza e gjendjes

Praktikat aktuale të komunikimit karakterizohen nga:

- kapacitete të mirëpërgatitura dhe kompetente;
- kapacitete të mjaftueshme financiare për zhvillimin e aktiviteteve të komunikimit;
- angazhim të kombinuar reaktiv dhe proaktiv me median dhe publikun;
- vetëdijesim i shtresuar publik për mandatin, procedurat dhe ndikimin e Institucionit;
- prani e strukturuar në forumet rajonale dhe ndërkombëtare.

Në të njëjtën kohë, kërkesa për komunikim të qartë, të arritshëm dhe në kohë për çështjet e të drejtave të njeriut është në rritje. Aktorët e medias kërkojnë burime të besueshme institucionale, ndërsa palët e interesuara ndërkombëtare dhe rajonale presin angazhim dhe dukshmëri më sistematike.

Ky kontekst kërkon një qasje më strategjike të komunikimit, proaktiv dhe me prioritet.

4. Vizioni strategjik

Vizioni strategjik është të forcohet Institucioni i Avokatit të Popullit, si:

- një zë i respektuar, i arritshëm dhe autoritar për të drejtat e njeriut dhe qeverisjen e mirë, i besuar nga qytetarët dhe i njohur në nivel kombëtar, rajonal dhe ndërkombëtar;
- komunikimi duhet të mbështesë si rritjen e vetëdijesimit, ashtu edhe ndryshimin e sjelljes, duke i fuqizuar qytetarët për t'i ushtruar të drejtat e tyre dhe duke forcuar llogaridhënien në të gjitha institucionet publike.

5. Objektivat strategjike

Strategjia ndjek objektivat e mëposhtme:

1. Rritja e vetëdijes publike për mandatin, shërbimet dhe procedurat e Institucionit të Avokatit të Popullit.
2. Ndikimi në sjellje duke i inkurajuar qytetarët të kërkojnë mbrojtje të të drejtave të tyre nëpërmjet mekanizmave të përshtatshëm.
3. Forcimi i besueshmërisë institucionale dhe i besimit publik afatgjatë.
4. Vendosja e një angazhimi proaktiv dhe të strukturuar me median kombëtare, rajonale dhe ndërkombëtare.
5. Rritja e dukshmërisë dhe e pjesëmarrjes në rrjetet rajonale dhe ndërkombëtare të të drejtave të njeriut dhe të avokatëve të popullit.

6. Parimet udhëheqëse të komunikimit

Të gjitha aktivitetet e komunikimit duhet të udhëhiqen nga parimet e mëposhtme:

Proaktiviteti: Përcaktimi i agjendës (diskursit), e jo vetëm përgjigje në kërkesa.

Paanshmëria: Ruajtja e neutralitetit politik dhe pavarësisë institucionale.

Qasja e përqendruar te qytetari: Fokusimi në të drejtat, qasjen dhe ndikimin për individët.

Qasshmëria: Sigurimi që komunikimi të jetë i kuptueshëm dhe gjithëpërfshirës.

Konsistenca: Zbatimi i mesazheve koherente dhe identitetit vizual në të gjitha kanalet.

7. Audiencat e synuara dhe shtrirja gjeografike

7.1 Audiencat kryesore:

- publiku i gjerë, me vëmendje të veçantë ndaj grupeve të ndjeshme dhe të marginalizuara;
- gazetarë dhe redaktorë të mediave;
- organizatat e shoqërisë civile;
- institucionet dhe autoritetet publike.

7.2 Audiencat dytësore:

- institucionet dhe rrjetet rajonale dhe evropiane të ombudspersonave;
- organizatat ndërkombëtare të të drejtave të njeriut;
- partnerët dhe donatorët e zhvillimit;
- komunitetet akademike dhe profesionale.

Komunikimi është i strukturuar në tri nivele gjeografike:

- shtetëror (Kosovë);
- rajonal (Mesdheu dhe Evropa);
- ndërkombëtar (forumet globale të të drejtave të njeriut dhe të qeverisjes).

8. Mesazhet kryesore dhe korniza narrative

Mesazhet kryesore duhet të theksojnë:

- pavarësinë dhe paanshmërinë;
- qasjen dhe fuqizimin e qytetarëve;
- llogaridhënien dhe qeverisjen e mirë;
- ndikimin dhe rëndësinë institucionale.

Narrativet do të shkojnë përtej proceseve institucionale për t'i nxjerrë në pah të drejtat, rezultatet dhe ndryshimet sistematike.

9. Strategjia e angazhimit të medias

Strategjia prezanton një kalim nga angazhimi mediatik transaksional në atë të bazuar në marrëdhënie, duke përfshirë:

- informime të rregullta për median;
- fokus-grupe tematike me gazetarë;
- vizita të përbashkëta në terren, aty ku është e mundur;
- kontribut aktiv në buletine (newsletter) dhe buletine specifike për sektorin;
- workshop/trajnim për gazetarë/përfaqësues të mediave.

Objektivi është pozicionimi i Institucionit të Avokatit të Popullit si një burim i besueshëm ekspertize dhe analize të mediat.

10. Komunikimi digjital dhe dukshmëria publike

Platformat digjitale do të përdoren strategjikisht për të:

- shpërndarë informacionin dhe gjetjet kryesore;

- mbështetur fushatat e vetëdijesimit dhe ndryshimit të sjelljes;
- arritur audienat rajonale dhe ndërkombëtare;
- përmirësuar qasjen dhe reagimin.

Prioritet do t'u jepet formateve digjitale të ripërdorshme dhe me kosto të ulët.

11. Dëshmi dhe vlerësime (testimonials)

Dëshmitë dhe vlerësimet (testimonials) do të përdoren si një mjet komunikimi strategjik për të:

- humanizuar ndikimin institucional;
- ilustruar mbrojtjen e të drejtave në praktikë.

Të gjitha dëshmitë do të jenë anonime, të bazuara në pëlqim dhe që ruajnë dinjitetin, duke siguruar konfidencialitet dhe paanshmëri. Ndërsa, vlerësimet që vijnë nga personalitete dhe përfaqësues do të jenë transparente.

12. Dukshmëria rajonale dhe ndërkombëtare

Institucioni do të:

- forcojë angazhimin në rrjetet rajonale dhe evropiane të ombudspersonave;
- kontribuojë në buletine ndërkombëtare dhe platforma profesionale;
- marrë pjesë në konferenca, iniciativa tematike dhe shkëmbime studimesh;
- ndajë raporte dhe njohuri të zgjedhura me audienat ndërkombëtare.

Kjo qasje forcon pozicionin institucional dhe njohjen nga jashtë.

13. Kapaciteti, burimet dhe mbështetja e jashtme

Duke pasur parasysh kufizimet në kapacitet:

- stafi i brendshëm do të përqendrohet në strategji, përpilim dhe shpërndarje të mesazhit institucional, si dhe në forcimin e marrëdhënieve;
- ekspertiza e jashtme, e sidomos ajo teknike profesionale, mund të angazhohet nëpërmjet kontratave kornizë që do të krijojnë produkte të komunikimit për shpërndarje digjitale.

Kjo siguron komunikim modern të bazuar në ekspertizë pa ngarkesë në punësim afatgjatë dhe rritje të kostove të Institucionit.

14. Monitorimi dhe vlerësimi

Zbatimi do të monitorohet nëpërmjet:

- treguesve të vetëdijesimit dhe angazhimit;
- vlerësimit të pranisë dhe cilësisë në media;
- metrikeve të shtrirjes digjitale dhe ndërveprimit;

- rishikimeve periodike të brendshme.

Gjetjet nga monitorimi do të informojnë planifikimin vjetor dhe përditësimet e strategjisë.

15. Menaxhimi dhe zbatimi

Role të qarta të brendshme, procese miratimi dhe linja raportimi do të vendosen për të siguruar llogaridhënien dhe qëndrueshmërinë e zbatimit.