



Republika e Kosovës
Republika Kosova - Republic of Kosovo
Komisioni Qendror i Zgjedhjeve
Centralna Izborna Komisija
Central Election Commission



KOMISIONI QENDROR I ZGJEDHJEVE

SEKRETARIATI

**STRATEGJIA E INFORMIMIT PUBLIK PËR ZGJEDHJET LOKALE
2021**

Prishtinë prill 2021

Përmbajtja

Hyrje	3
Qëllimi i Strategjisë	4
Objektivat e Strategjisë	4
Trendët e Zgjedhjeve Lokale të vitit 2009, 2013 dhe 2017	5
Parimet e Strategjisë	7
Qasja e Informimit Publik.....	8
Grupet e Synuara.....	8
Produktet për Informim Publik	10
Mjetet e Komunikimit.....	12
Periudhat e Procesit Zgjedhor	14
Raundi i Dytë i Zgjedhjeve për Kryetar të Komunave	17
Bashkëpunimi me Palët e Interesit.....	18
Struktura e Menaxhimit dhe Mënyrat e Zbatimit	18
Buxheti për Realizimin e Strategjisë.....	19

Hyrje

Komisioni Qendror i Zgjedhjeve (KQZ) është organ i përhershëm që përgatitë, mbikëqyrë, drejton dhe verifikon të gjitha aktivitetet që kanë të bëjnë me procesin e zgjedhjeve, referendumet dhe shpall rezultatet e tyre¹.

Me qëllim të përmbushjes së këtyre parimeve kushtetuese dhe ligjore, KQZ-ja, dhe Sekretariati i KQZ-së, ndërmarrin aktivitete për edukimin e votuesve me qëllim të rritjes së aftësive të votuesve për procedurat e votimit dhe procedurat e mbrojtjes së të drejtave zgjedhore².

Strategjia e informimit publik për Zgjedhjet Lokale 2021 është një dokument i cili i përmbledh të gjitha aktivitetet për secilen nga periudhat e procesit zgjedhor duke përfshirë bashkpunimin me institucionet e ndryshme për të dërguar mesazhet e nevojshme tek secil votues dhe palët e interesit përmes mjeteve të ndryshme të komunikimit që të arrihet një proces i sukseshëm zgjedhor.

Për hartimin e kësaj strategjie është marrë për bazë përvoja nga vitet e kaluara dhe nga rekomandimet e dala nga analizat dhe raportet e hulumtimeve³ të ndryshme për proceset e kaluara zgjedhore dhe nevoja për informimin dhe edukimin për të gjithë qytetarët me të drejtë vote, pavarësisht moshës, gjinisë, vendbanimit dhe nacionalitetit.

Strategjia ka për qëllim që të informojë qytetarët me të drejtë vote për të shfrytëzuar të drejtën e tyre për votim, mënyrën, kohën dhe vendin për votim, si dhe identifikimin e grupeve të synuara, bashkëpunimin me palët e interesit, përcjellja e informacioneve mbështetëse tek mediat, subjektet politike dhe vëzhguesit përgjatë gjithë procesit zgjedhore.

¹ Kushtetuta e Republikës së Kosovës, Neni 139

² Ligji për Zgjedhjet e Përgjithshme në Republikën e Kosovës, Neni 2

³ <https://www.kqz-ks.org/hulumtime-dhe-analiza/>

Qëllimi i Strategjisë

Qëllimi i përgjithshëm i fushatës së informimit publik, është t'i informoj votuesit rreth procesit zgjedhor, funksionimit të procesit dhe të drejtave të tyre sipas Kushtetutës së Kosovës dhe Ligjit për Zgjedhjet e Përgjithshme dhe Ligjit për Zgjedhjet Lokale.

Fushata, do të jetë gjithashtu e projektuar dhe do të zbatohet për të mbështetur përgjegjësitë dhe veprimtaritë specifike të KQZ-së, të përcaktuara në Ligjin për Zgjedhjet e Përgjithshme dhe Ligjin për Zgjedhjet Lokale (siç është periudha e shërbimit votues, konfirmimi dhe kundërshtimi i listës votuese, votuesit me nevoja dhe rrethana të veçanta, procedurat e votimit, votimi jashtë vendit).

Kjo strategji është përgatitur që KQZ-ja, ti përmbush obligimet që ka për informimin e votuesve gjatë të gjitha periudhave të procesit zgjedhor.

Përveç informimit të votuesve, KQZ-ja, gjithashtu është përgjegjëse edhe për informimin e palëve tjera të interesit për zgjedhje sikurse subjektet politike, organizatat e shoqërisë civile dhe mediat lidhur me aktivitetet zgjedhore në mënyrë gjithëpërfshirëse dhe në kohën e duhur.

Strategjia e Informimit Publik për Zgjedhjet Lokale 2021, përqendrohet në informimin e saktë dhe me kohë të të gjithë qytetarëve të Kosovës dhe palëve të interesit për procesin dhe procedurat zgjedhore.

Realizimi i fushatës së Informimit Publik, duhet të koordinohet në përmbajtje dhe në kohë me të gjitha aktivitetet zgjedhore siç do të përcaktohen me planin operacional.

Objektivat e Strategjisë

Objektivat e strategjisë për Zgjedhjet Lokale 2021 janë si në vijim:

- Informimi i votuesve dhe palëve të interesit për procesin zgjedhor;
- Informimi dhe edukimi i votuesve për rëndësinë e votës;
- Rritja e pjesëmarrjes së votuesve në zgjedhje;
- Zvogëlimi i numrit të fletëvotimeve të pavlefshme;
- Ngritja e vetëdijes së votuesve për rëndësinë e pjesëmarrjes në zgjedhje; dhe
- Informimi i votuesve për mënyrat e denoncimit të keqpërdorimit të votës.

Trendët e Zgjedhjeve Lokale të vitit 2009, 2013 dhe 2017

Nga tabela në vijim shihet se trendi i pjesëmarrjes në zgjedhje ka ndryshuar nga zgjedhjet në zgjedhjet e rradhës ku në vitin 2013 kishte një pjesëmarrje më të lartë se sa në zgjedhjet e vitit 2009 dhe 2017, të cilat kishin një pjesëmarrje thujasë të njejtë.

Zgjedhjet	Nr. i votuesve të regjistruar	Nr. i votuesve që kanë votuar	% e pjesëmarrjes
Zgjedhjet Lokale 2009	1,565,547	684,510	43.72%
Zgjedhjet Lokale 2013	1,792,913	837,709	46.72%
Zgjedhjet Lokale 2017	1,901,428	833,955	43.86%

Fletëvotimet e pavlefshme për Zgjedhjet për Kuvende Komunale në vitet 2009, 2013 dhe 2017

Siç shihet në grafikun më poshtë, për zgjedhjet për kuvende komunale, numri i fletëvotimeve të pavlefshme krahasuar me vitin 2009 kishte rritje 0.71% në zgjedhjet e vitit 2013, ndërsa në zgjedhjet e vitit 2017 kishte një rritje 0.12% në krahasim me vitin 2013. Nga të dhënat e fletëvotimeve të pavlefshme në këto tre palë zgjedhje, lind nevoja që në Zgjedhjet Lokale të vitit 2021, informimi i votuesve të fokusohet me theks të veçantë në mënyrën e plotësimit të fletëvotimeve me qëllim të zvogëlimit të fletëvotimeve të pavlefshme.

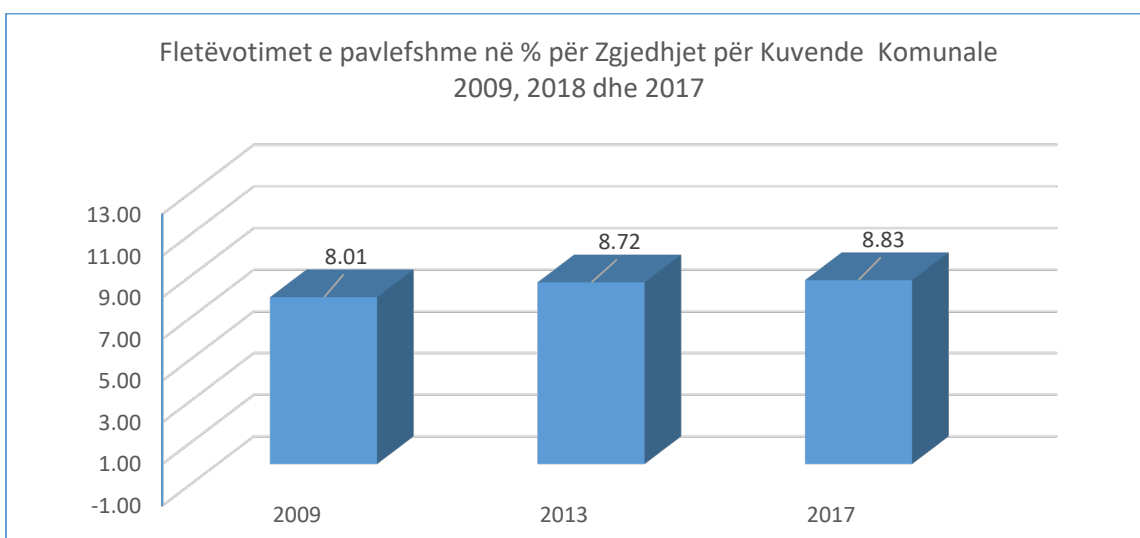


Figura nr. 1. Tabela tregon % e numrit të fletëvotimeve të pavlefshme për Zgjedhjet për Kuvende Komunale 2009, 2013 dhe 2017

Fletëvotimet e pavlefshme për Zgjedhjet për Kryetarë të Komunave në vitet 2009, 2013 dhe 2017

Siç shihet në grafikun më poshtë për zgjedhjet për kryetarë të komunave, numri i fletëvotimeve të pavlefshme krahasuar me vitin 2009 kishte një rritje për 0.29% në zgjedhjet e vitit 2013, ndërsa në zgjedhjet e vitit 2017 kishte një zvoglim për 0.22% të tyre krahasuar me zgjedhjet e viti 2013.

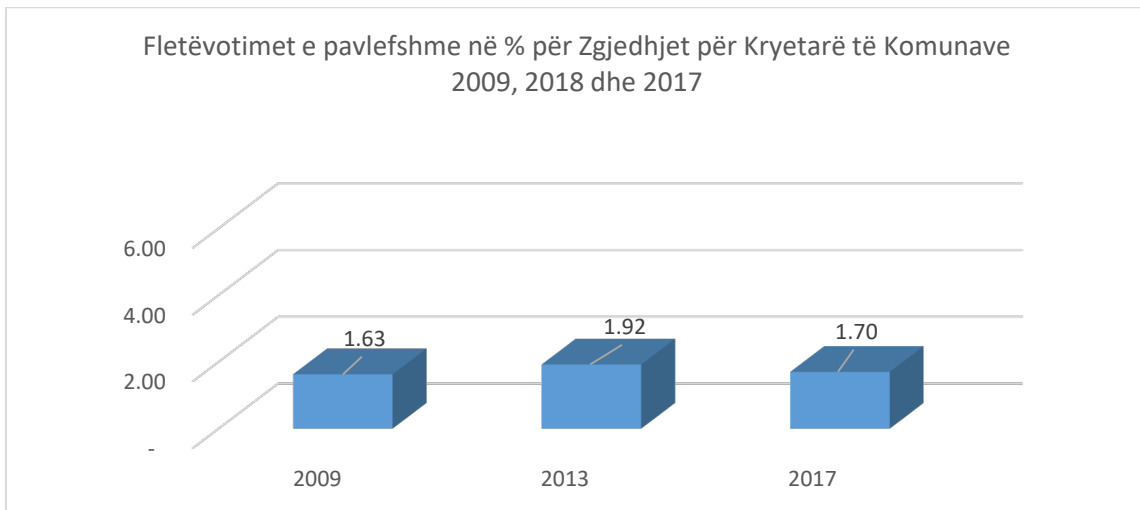


Figura nr. 2. Tabela tregon % e numrit të fletëvotimeve të pavlefshme për Zgjedhjet për Kryetarë të Komunave 2009, 2013 dhe 2017

Parimet e Strategjisë

Kjo strategjia është e bazuar në pesë parime themelore, si me poshtë:

- **Parimi i gjithëpërfshirjes**

Parimi i gjithëpërfshirjes ka për qëllim informimin për të gjithë qytetarët me të drejtë vote, pavarësisht moshës, gjinisë, vendbanimit dhe nacionalitetit. Kjo synohet të arrihet përmes të gjitha llojeve të mjeteve të komunikimit dhe informimit. Po ashtu, kërkohet angazhimi i të gjitha kontakteve me publikun e gjerë dhe me institucionet relevante. E gjithë kjo do të arrihet duke u bazuar në përvojën nga vitet e kaluara dhe nga rekomandimet e dala nga analizat dhe raportet e hulumtimeve të ndryshme për proceset e kaluara zgjedhore.

- **Parimi i thjeshtësisë së materialeve**

Të gjitha materialet, audiot vizuale dhe materialet e shtypura, duhet të kenë përmbajtje të thjeshtë, në mënyrë që të kuptohen sa më lehtë nga të gjithë. Dizajni i materialit, do të jetë pjesë e identitetit pamor për t'u identifikuar më lehtë nëpërmjet gjuhës, përdorimit të sloganit dhe logos.

Për të gjitha prodhimet e TV dhe radio spoteve, do të jetë vetëm një tingull.

- **Fleksibiliteti dhe evoluimi i vazhdueshëm**

Vazhdimisht, duhet përcjellë, shqyrtuar dhe analizuar ecuritë - rrjedhat dhe efektet e fushatës të cilat, duhet t'iu përshtaten rrethanave konkrete.

Nuk duhet të ketë boshllëqe mes shpërndarjes dhe nevojës operationale për informim.

- **Parimi i paanshmërisë**

Procesi i informimit publik, duhet të jetë i pa-anshëm dhe pa ndikime politike apo partiake.

Përmbajtja e materialeve të informimit publik, synon që t'i informoj dhe motivoj votuesit të cilët marrin pjesë në zgjedhje, dhe nuk favorizon ndonjë subjekt politik që garon në zgjedhje.

- **Parimi i koordinimit**

Qasja gjithëpërfshirëse, kërkon një koordinim të mirë dhe bashkëveprim të SKQZ-së, ndërmjet departamenteve dhe institucioneve brenda, dhe jashtë vendit.

Qasja e Informimit Publik

Fushata e Informimit Publik, do të dizajnohet dhe zbatohet për të mbështetur veprimtaritë e KQZ-së, të përcaktuara në ligj, duke vënë theksin mbi procesin zgjedhor, të drejtat e votuesit, rëndësinë e pjesëmarrjes, dhe rolin e KQZ-së, si institucion shtetëror me mandat kushtetues.

Të gjitha materialet elektronike dhe ato të shtypura, si për nga përmbajtja po ashtu, edhe për nga dizajni, do të identifikohen lehtë nga të gjitha kategoritë e votuesve. Përmbajtja e sloganit dhe materialeve të tjera reklamuese, qoftë në media të shkruara apo qoftë në ato elektronike, duhet të jenë lehtë të identifikueshme dhe akceptuese për të gjitha grup moshat e votuesve.

Grupet e Synuara

Strategjia synon të përfshijë të gjithë qytetarët me të drejtë vote pa asnjë dallim. Gjatë realizimit të periudhave të informimit të votuesve, do t'iu kushtohet vëmendje e veçantë kategorive dhe grupeve të veçanta të shoqërisë, duke synuar të jetë një fushatë gjithëpërfshirëse dhe informimi të arrihet te secili votues.

Fushata e informimit publik do të fokusohet të këto grupe të synuara:

- Të gjithë votuesit;
- Të Rinjtë;
- Femrat;
- Votuesit për herë të parë;
- Votuesit jashtë vendit;
- Votuesit në moshë të shtyrë;
- Votuesit me nevoja dhe rrethana të veçanta; dhe
- Votuesit e komuniteteve jo shumicë.

- **Të gjithë votuesit**

Synohet informimi i të gjithë votuesve (pavarësisht nga mosha, gjinia, vendbanimi - brenda dhe jashtë vendit, si dhe nacionaliteti), për të gjithë procesin zgjedhor: mbi të drejtat e votimit, rëndësinë e votës, mënyrën e votimit, kohën dhe vendvotimin dhe informatat të tjera. Kjo, do të arrihet përmes përdorimit të të gjitha mjeteve të komunikimit në dispozicion.

- **Të rinjtë**

Siç dihet, pjesa më e madhe e votuesve është kryesisht e re. Kjo kategori e shoqërisë, duhet të jetë më e informuar për rëndësinë e votës, dhe të jetë e gatshme të zgjedh përfaqësuesit e tyre përmes pjesëmarrjes në zgjedhje.

- **Gratë**

Meqenëse gjysma e popullsisë janë gra, rritja e pjesëmarrjes së tyre në votim luan rol të madh në rezultatet e përgjithshme të zgjedhjeve. Përveç informimit të përgjithshëm do të përgatiten edhe mesazhe motivuese për gratë që të marrin pjesë në zgjedhje, jo vetëm që ato të votojnë, por edhe të jenë pjesë e procesit, pjesë e trupave menaxhues zgjedhor dhe vëzhgues. Produktet e informimit publik do të shpërndahen përmes shoqatave të ndryshme që i mbrojnë dhe përfaqësojnë inetersat e tyre.

- **Votuesit për herë të parë**

Votuesit që votojnë për herë të parë janë pa përvojë në votime, andaj do të bëhet një informim i veçantë, do të organizohen takime direkte dhe do t'u shpërndahen kartolina në adresat e tyre personale. Do të realizohen mesazhe motivuese për pjesmarrjen e tyre në zgjedhje, të cilat do të shpërndahen përmes mjeteve të komunikimit të cilat ata i përdorin me se shumti.

- **Votuesit jashtë vendit**

Për Votuesit të cilët përkohësisht banojnë jashtë Kosovës, pavarësisht nga vendbanimi i tyre, do t'i informojmë për procedurat e votimit përmes postes. Informimi do të bëhet për mënyrën e aplikimit si votues jashtë Kosovës, plotësimin e kriterëve dhe mënyrën e dërgimit të votës së tyre në kohën dhe adresën e duhur. Informimi do të bëhet përmes kanaleve të komunikimit zyrtarë përmes ambasadave, konsullatave dhe shoqatave të ndryshme të mërgimtareve, mjeteve të komunikimit që mund të jenë të qasshme prej tyre dhe përmes e-mail adresave të tyre që i kemi në dispozicion.

- **Votuesit me nevoja dhe rrethana të veçanta**

Këto kategori të votuesve, kanë nevoja për informim të veçantë, varësisht nga aftësitë e tyre dhe kushteve e rrethanave në të cilët ata/ato jetojnë. Është e rëndësishme që të sigurohemi se këta votues janë në dijeni për mundësitë e tyre për të votuar, pavarësisht aftësive dhe rrethanave të tyre. Kjo mund të bëhet përmes fushatave mediale dhe bashkëpunimit me shoqatat e ndryshme përfaqësuese të interesave të këtyre votuesve ose ata mekanizma që mbështesin çështjet e tyre, për t'iu mundësuar atyre dhënien e këshillave dhe ndihmës për mundësin e votimit.

- **Votuesit në moshë të shtyrë**

Kjo kategori e votuesve kanë nevojë për informim përmes mjeteve tradicionale të informimit siç janë televizionet dhe radiot. Andaj për informimin e tyre të gjitha informatat e procesit zgjedhor do të transmetohen në televizione dhe radio.

- **Votuesit e komuniteteve jo shumicë**

Strategjia e Informimit Publik, do t'i mbuloj të gjitha hapësirat e komuniteteve jo shumicë që jetojnë në Kosovë përmes medimeve që transmetohen në vendbanimet e tyre. Të gjitha produktet do të realizohen në gjuhën e tyre.

Produktet për Informim Publik

Për të arritur informimin të secila kategori e votuesve, do të përdoren lloje të ndryshme të produkteve, për t'i informuar të gjithë qytetarët për procesin zgjedhor dhe kjo do të bëhet në gjuhën e tyre.

- **Melodia e Komisionit Qendror të Zgjedhjeve**

Do të kompozohet dhe realizohet një melodi e KQZ-së e cila synohet të jetë reprezentues me misionin e KQZ-së dhe që do të përdoret për të gjitha proceset zgjedhore. Melodia duhet të ketë një ritëm dhe melodi origjinale dhe që tregon domethënien dhe misionin e KQZ-së. Melodia do të miratohet nga Komisioni Qendror i Zgjedhjeve.

Me melodinë do të realizohen të gjitha videot dhe radio spotet.

- **Logoja dhe Slogani i fushatës të Informimit Publik**

Logoja dhe slogani do t'i japin fushatës një pamje të përbashkët dhe identifikuese.

Si logo e fushatës të informimit publik do të përdoret logoja e KQZ-së, pasi që njihet lehtë nga votuesit dhe palët e interesit. Slogani duhet të identifikohet me zgjedhjet. Logoja e KQZ-së do të jetë afër sloganit të Zgjedhjeve e cila do të aprovohet nga Komisioni Qendror i Zgjedhjeve. Të gjitha produktet që realizohen për procesin zgjedhor do të përmbajnë logon dhe sloganin e fushatës së informimit publik.

- **Video animacionet**

Për të gjitha periudhat e procesit zgjedhor do të realizohen video animacione të cilat janë vlerësuar më atraktive dhe më lehtë të kuptueshme për votuesit.

- **Video spotet**

Duke pasur parasysh numrin e fletëvotimeve të pavlefshme për zgjedhjet e fundit KQZ-ja ka vlerësuar nevojën për një informim dhe edukim të shtuar për mënyrën e plotësimit të fletëvotimeve me qëllim të zvogëlimit të numrit të fletëvotimeve të pavlefshme.

Realizimi i video spotit "Si të plotësohet fletëvotimi" me Kryetaren e KQZ-së, për Zgjedhjet e Parakohshme për Kuvendin e Kosovës 2019, është vlerësuar se e bënë fushatën të duket më serioze⁴, më të besueshme dhe njëkohësisht më të saktë në transmetimin e

⁴ <https://www.kqz-ks.org/wp-content/uploads/2020/09/Analiz%C3%AB-e-Efektivitetit-t%C3%AB-Fushat%C3%ABs-s%C3%AB-Informimit-Publik.pdf>

informacionit. Andaj video spoti për mënyrën e plotësimit të fletëvotimeve. do të realizohet me Kryetaren e KQZ-së.

Preferohet që videot të realizohen nga vetë pjesëtarët e KQZ-së.

- **Video mesazhe**

Gjatë fushatës së informimit publik do të realizohet një video mesazh drejtuar të gjithë votuesve për të shfrytëzuar të drejtën e votimit. Mesazhi do të përcillet nga Kryetarja e KQZ-së.

Në të gjitha video animacionet, video spotet dhe video mesazhet e realizuara do të përdoret edhe gjuha e shenjave.

- **Radio spotet**

Do të realizohen radio spotet me informata për secilen periudhë të procesit zgjedhor.

- **Kartolinat për votuesit që votojnë për herë të parë**

Strategjia e informimit publik si fokus të veçantë ka informimin e kategorisë së votuesve që votojnë për herë të parë. Andaj për këta votues do të shpërndahen kartolina në adresat e tyre personale për t'i informuar dhe inkurajuar për të votuar.

- **Posterat**

Posterat do të vendosën në të gjitha qendrat e votimit, me përmbajtjen e informatave për mënyrën e votimit, dokumentet e nevojshme të identifikimit, orarin e hapjes dhe të mbylljes së qendrave të votimit, çfarë ndalohet në vendvotim, asistimi i votuesve me nevoja të veçanta, detyrat dhe përgjegjësit e komisionerëve dhe informimin e votuesve për mënyrat e denoncimit të keqpërdorimit të votës.

Mjetet e Komunikimit

Për shpërndarjen e mesazheve dhe informatave për periudhat e procesit zgjedhore, për të arritur mbulueshmëri të plotë për të gjitha kategoritë e votuesve dhe në gjuhët e tyre, do të përdoren një numër i madh i mjeteve të komunikimit si në vijim:

- **Televizionet**

Mjeti kryesor i komunikimit me votuesit, do të jenë televizionet. Andaj të gjitha produktet e informimit publik, për të gjitha periudhat e procesit zgjedhor do të transmetohen përmes Radio Televizionit të Kosovës (RTK), në dy Televizione Nacionale, tre Ofrues të Shërbimeve Mediale Audiovizuale (OSHMA) dhe shtatë Televizione Regjionale, ku do të informohen të gjithë votuesit në mënyrë të barabartë. Video animacionet dhe video spotet do të transmetohen në terminët më të shikuara, ndërsa për mënyrën e plotësisht të fletëvotimeve në ditët sa më afër zgjedhjeve do të ketë transmetime më të shpeshta.

- **Radiot**

Radiot do të përdoren si mjet i komunikimit me votuesit për të shpërndarë informata për të gjitha periudhat e procesit zgjedhor. Radio spotet e realizuara do të transmetohen në të gjitha radiot nacionale.

- **Ueb faqja e KQZ-së**

Në Ueb faqen e KQZ-së do të vendosen të gjitha materialet e nevojshme për të gjitha periudhat zgjedhore. Materialet për informim publik që do t'i ofrohen votuesve dhe palëve të interesit në tërësi, në mënyrë që të kenë mundësi që materialet me interes zgjedhor për ta, t'i shkarkojnë nga ueb-faqja. Materialet e vendosura do të përfshijnë: materialet në forme tekstuale, vizuale dhe ato audio.

- **Rrjetet Sociale**

Rrjetet sociale (Facebook-u, Instagramin, Twitteri dhe Youtube) janë një mjet i fuqishëm i komunikimit, në shpërndarjen e informacioneve, të cilat çdo dite e me tepër po gjejnë përdorim tek qytetarët e të gjitha moshave. Përmes përdorimit të tyre KQZ-ja, do t'i informoj votuesit dhe palët e interesit, në mënyrë të rregullt dhe në kohë reale për procesin zgjedhor. Për të arritur mbulueshmëri sa më të lartë, të gjitha produktet e informimit do të sponsorizohen në rrjetet sociale. Në rrjetet sociale do të publikohen materiale informuese në formë të videove, fotografive dhe teksteve me informata të ndryshme.

- **Portalet e lajmeve**

Do të përdoren shtatë portale të ndryshme të lajmeve, ku do të publikohen informata për të gjitha periudhat e procesit zgjedhor. Në mesin e portaleve do të jetë edhe www.rtklive.com si dhe dy portale të komuniteteve jo shumicë.

- **Pjesëmarrja në programe televizive dhe radio**

Kryetarja e KQZ-së, Kryeshefi i SKQZ-së apo zëdhënësi i KQZ-së do të marrin pjesë në programe të ndryshme televizive dhe të radiove, për të informuar votuesit për procesin zgjedhor.

- **Pjesëmarrja në programe televizive dhe radio lokale**

Me qëllim të arritjes së informimit të çdo votues, Zëdhënësi i KQZ-së dhe Zyrtaret Komunal të Zgjedhjeve do të marrin pjesë në programe të ndryshme të televizioneve dhe radiove lokale, përmes së cilës synohet informimi i votuesve për të gjitha aktivitetet e periudhave të procesit zgjedhor.

- **Konferenca për media**

KQZ për secilën periudhë të procesit zgjedhor do të organizojë konferencë për media. Në ditën e fillimit të secilës periudhë do të mbahen konferenca për media ku publiku do të njoftohet për të gjitha aktivitetet që ndërmerren brenda periudhave të caktuara.

- **Komunikimi përmes “telefonit të hapur” pa pagesë dhe “postës elektronike”**

KQZ, gjatë gjithë procesit zgjedhor, do t’u përgjigjet të gjitha pyetjeve të mundshme nga votuesit dhe palët e interesit përmes telefonit pa pagesë dhe postës elektronike. Gjithashtu të gjithë votuesve që aplikojnë për të votuar me postë, do të shpërndaj përmes postat elektronike informacionet relevante.

- **Takimet direkte me votuesit për herë të parë**

Takimet me votuesit e rinjë do të organizohen nga Zyrtarët e Lartë Komunal të Zgjedhjeve në komunën e tyre, për t’ju shpjeguar misionin e Komisionit Qendror të Zgjedhjeve dhe rëndësinë e pjesëmarrjes së tyre në zgjedhjet lokale, mënyrën e plotësimit të fletëvotimeve dhe mundësinë e përfshirjes së tyre në procesin zgjedhor. Target grup do të jenë nxënësit e klasave të fundit të shkollave të mesme. (Opsionale varësisht nga situata me COVID - 19).

Përveç kësaj, strategjia përfshin bashkëpunimin dhe inkurajimin e organizatave të ndryshme që përfaqësojnë rininë për të organizuar ngjarje të posaçme, për t’i inkurajuar votuesit e rinjë të marrin pjesë në zgjedhje.

Periudhat e Procesit Zgjedhor

Në këtë strategji janë përfshirë të gjitha mesazhet relevante të informimit për të gjitha periudhat e procesit zgjedhor, ashtu siç e ka përcaktuar ligji për Zgjedhjet e Përgjithshme dhe Ligji për Zgjedhjet Lokale:

Certifikimi i Subjekteve Politike dhe Akreditimi i Vëzhguesve

Në këtë periudhë zgjedhore, subjektet politike informohen rreth afateve kohore për certifikim të subjekteve politike dhe të kandidatëve, si dhe akreditimit të vëzhguesve.

Subjektet politike, kandidatët dhe vëzhguesit do të informohen në mënyrë gjithëpërfshirëse dhe me kohë për procesin zgjedhor në përgjithësi.

Shërbimi Votues për Ndërrimin e Qendrës së Votimit

Votuesit në këtë periudhë, informohen lidhur me se:

- Kush ka të drejtë të votoj;
- Ku duhet të votoj;
- Si ta ndërroj Qendrën e Votimit; dhe
- Për afatet kohore të regjistrimit.

Regjistrimi i Personave me Nevoja dhe Rrethana të Veçanta për Votim

Në këtë periudhë, votuesit e kësaj kategorie informohen lidhur me:

- Regjistrimin si votues me nevoja dhe rrethana të veçanta për votim;
- Mënyrën e regjistrimit;
- Dokumentet e nevojshme për regjistrim; dhe
- Afatet kohore për regjistrim.

Konfirmimi dhe Kundërshtimi i Listës Votuese

Votuesit në këtë periudhë informohen lidhur me:

- Publikimin e listës votuese;
- Verifikimin e përfshirjes në listën votuese;
- Mundësin e korrigjimit të çfarëdo lëshimi apo pasaktësie; dhe
- Afatet kohore për konfirmim dhe kundërshtim.

Plotësimi i Fletëvotimit

Në këtë periudhë, votuesit informohen për:

- Dokumentet e vlefshme të identifikimit;
- Mënyrën e plotësimit të fletëvotimeve; dhe
- Orarin e hapjes dhe të mbylljes së qendrave të votimit.

Regjistrimi për Votim Jashtë Vendit

Votuesit në këtë periudhë informohen për:

- Aplikimin për regjistrim për të votuar përmes postës;
- Vendin ku mund të gjendet formulari;
- Përbushjen e obligimeve për votim përmes postës;
- Adresat për dorëzim të aplikacionit; dhe
- Afatet kohore të aplikimit për regjistrim për votim përmes postës.

Votimi Jashtë Vendit

Votuesit me vendbanim jashtë vendit në këtë periudhë do të informohen për:

- Procedurat e votimit;
- Vendin ku mund të gjenden fletëvotimet;
- Plotësimin e fletëvotimeve;
- Kopjen e dokumentit identifikues që duhet të jetë në pakon e fletëvotimeve;
- Kush për kënd mund të dorëzoj fletëvotimet përmes postës;
- Adresat për dorëzim të pakos së fletëvotimeve; dhe
- Afatin e pranimit të fletëvotimeve.

Informata të tjera të nevojshme për këtë proces zgjedhor

Informimi publik nuk do të kufizohet vetëm në ato informata që ipën për secilën periudhë të procesit zgjedhor, por edhe informata tjera të nevojshme, si në vijim:

Informimi për masat mbrojtëse nga COVID - 19

Nëse pandemia vazhdon me qenë prezente, edhe deri në kohën e mbajtjes së zgjedhjeve lokale 2021, do të realizohen edhe këto informata si në vijim:

Votuesit informohen për:

- Mënyrën e votimit me masat mbrojtëse nga COVID -19; dhe
- Mënyrën e votimit për votuesit të infektuar me COVID -19 dhe ata në vetizolim.

Informimi për asistimin e votuesve me nevoja të veçanta dhe mënyrat e denoncimit

Votuesit dot të informohen për:

- Mundësin e asistimit të votuesve me nevoja të veçanta;
- Detyrat dhe përgjegjësitë e komisionerëve; dhe
- Mënyrat e denoncimit të keqpërdorimit të votës.

Për t'i shpërndarë këto informacione do të realizohen: njoftime video animacione, video spote, radio spote, fletushka, postera, kartolina dhe mesazhe të ndryshme.

Mesazhet, përveç transmetimit në televizione, radio, ueb faqe dhe rrjetet sociale të KQZ-së, portaleve të lajmeve, takimeve të drejtëpërdrejta do të distribuohen edhe përmes palëve të interesit dhe mekanizmave të tjerë, në mënyrë që të arrihen sa më shumë votues.

Raundi i Dytë i Zgjedhjeve për Kryetar të Komunave

Votimi Brenda Vendit

Votuesit brenda vendit do të informohen për:

- Raundin e dytë të zgjedhjeve dhe në cilat komuna do të ketë;
- Dokumentet e vlefshme të identifikimit;
- Plotësimin e fletëvotimit; dhe
- Orarin e hapjes dhe të mbylljes së qendrave të votimit.

Votimi Jashtë Vendit

Votuesit me vendbanim jashtë vendit do të informohen për:

- Raundin e dytë të zgjedhjeve dhe në cilat komuna do të ketë;
- Procedurat e votimit;
- Vendin ku mund të gjenden fletëvotimi;
- Plotësimin e fletëvotimit;
- Kopjen e dokumentit identifikues që duhet të jetë në pakon e fletëvotimit;
- Kush për kënd mund të dorëzoj fletëvotimin përmes postës;
- Adresat për dorëzim të pakos së fletëvotimit; dhe
- Afatin e pranimit të fletëvotimit.

Bashkëpunimi me Palët e Interesit

KQZ-ja do të bashkëpunojë me të gjitha palët e interesit. Përveç dhënies së informatave të rregullta dhe sipas kërkesës, KQZ-ja do t'i takojë palët e interesit me qëllim të pranimi të ideve dhe sugjerimeve të tyre në përmirësimin e procesit dhe mënyrës së informimit të votuesve. Kjo do të bëhet përmes shkresave dhe formave të ndryshme të komunikimit.

Bashkëpunimi i KQZ-së me Organizatat e Shoqërisë Civile

Organizatat e shoqërisë civile, kanë një rol të rëndësishëm në nxitjen e pjesëmarrjes në zgjedhje.

KQZ-ja i mirëpret dhe bashkëpunon me të gjitha OSHC-të, të cilat realizojnë aktivitete për informimin dhe edukimin e votuesve me theks të veçantë, votuesit e rinj, gjininë femërore, votuesit me nevoja dhe rrethana të veçanta si dhe votuesit e komuniteteve jo shumicë, për t'iu ofruar votuesve informacionet e duhura për ta ushtruar të drejtën e votimit. Bashkëpunimi do të synohet së paku përmes këtyre organizatave: KDI, D4D, Democracy Plus, YIHR, INPO, VoRAE, Ngo Aktiv, Germin, Rrjetit të grave të Kosovës, shoqata Handikos, shoqata e të Verbërve, shoqata e të Shurdhërve, shoqata Dawn Syndrome, etj.

Bashkëpunimi i KQZ-së me Institucionet

Informimi dhe edukimi i votuesve do të ndihmohet dhe do të mirëpritet përmes bashkëpunimit të: Mediave, Kryetarëve të Komunave, Zyrës për Barazi Gjinore, Ministrisë së Arsimit, Universiteteve, Ministrisë së Punëve të Jashtme dhe Diasporës, Ambasadave dhe Konsullatave, PZAP-së, Aeroportit të Prishtinës Adem Jashari, Shoqatave dhe Klubeve të Mërgimtarëve, Komisionit të Pavarur të Mediave dhe Subjekteve politike.

Struktura e Menaxhimit dhe Mënyrat e Zbatimit

KQZ-ja do të caktoj një këshill mbikëqyrës për shqyrtimin dhe miratimin e produkteve të informimit publik, i cili do t'i raportoje KQZ-së, rregullisht mbi ecurinë e zbatimit të Strategjisë së Informimit Publik.

Për zbatimin e kësaj strategjie do të ketë bashkëpunim me një numër të akterve të ndryshëm: institucione të ndryshme, OSHC që merren me kategori të caktuara të

qytetarëve, si dhe disa aktivitete dhe produkte do të realizohen përmes operatorit ekonomik.

Kjo Strategjia do të realizohet në bashkëpunim të drejtpërdrejt me Këshillin Mbikëqyrës të Informimit Publik, Divizionin për Informim dhe Edukim të Votuesve, Menaxherin e kontratës, Komisionin për verifikimin e sasive të produkteve të IP-së, Zyrtaret e Lartë Komunal të Zgjedhjeve, Operatorin ekonomik dhe Palët e interesit.

Të gjitha aktivitetet për periudhat e procesit zgjedhor, do të realizohen sipas Planit Operacional për Zgjedhjet Lokale 2021, i cili do të miratohet nga KQZ.

Buxheti për Realizimin e Strategjisë

Buxheti për realizimin e aktiviteteve të parapara në këtë strategji do të sigurohet nga buxheti i përgjithshëm i shtetit të Republikës së Kosovës, dhe nga donacionet e ndryshme sipas gatishmërisë së donatorëve për të financuar ndonjë aktivitet të kësaj strategjie.