



**Ministria e Drejtësisë  
Koordinatori Kombëtar Kundër Korrupsionit**

**Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit për vitin 2020  
e Ministrisë së Drejtësisë /  
Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit**

Ky dokument është bërë i mundur në bashkëpunim me ekspertët e projektit “Komunikimi dhe Vizibiliteti: Kontrata e Reformës Sektoriale për Luftën kundër Korrupsionit”, mbështetur nga Delegacioni i Bashkimit Evropian në Tiranë.

**Tiranë, Shqipëri, Korrik 2020**

## SHKURTIME

MSA	Marrëveshja e Stabilizim Asocimit
UA	Urdhër Administrativ
PV	Plani i Veprimit
AK	Autoriteti Kontraktues
KiE	Këshilli i Evropës
K dhe V	Komunikimi dhe Vizibiliteti
MThGjTL	Marrëveshja e Thelluar dhe Gjithëpërfshirëse e Tregtisë së Lirë
VKM	Vendim i Këshillit të Ministrave
DP	Drejtoria e Përgjithshme
ShVJE	Shërbimi i Veprimit të Jashtëm Evropian
BE	Bashkimi Evropian
DBE	Delegacioni i Bashkimit Evropian
ShA BE	Shtetet Anëtare të BE-së
BERZH	Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim
IPJ	Instrumenti i Politikës së Jashtme
ILDKPKI	Inspektorati i Lartë i Deklarimit dhe Kontrollit të Pasurive dhe Konfliktit të Interesave
ShR	Shpenzimet e rastësishme
RF	Raporti Fillestar
SNKK	Strategjia Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023
KKK	Koordinatori Kombëtar Kundër Korrupsionit
OSBE	Organizata për Siguri dhe Bashkëpunim në Evropë
RP	Raporti i Progresit
MP	Marrëdhënie me Publikun
KpM	Kërkesë për Miratim
ASBZhN	Agjencia Suedeze për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ndërkombëtar
PTK	Për t`u konfirmuar
TR	Termet e Referencave
OKB	Organizata e Kombeve të Bashkuara
PZhKB	Programi i Zhvillimit të Kombeve të Bashkuara
USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar
BB	Banka Botërore

## Përmbajtja

SHKURTIME .....	2
1.Përmbledhje Ekzekutive .....	4
2.Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit - Informacion.. .....	5
3.Historiku .....	5
4.Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit - Konspekt .....	6
5.Hyrje .....	7
6.Gjendja aktuale e punëve .....	8
7. Metodologjia .....	9
7.1 Kriteret .....	9
7.2 Masat e Strategjisë së Komunikimit dhe Vizibilitetit .....	10
7.3 Metodologjia për krijimin e një ‘Plani Komunikimi dhe Vizibiliteti (PKV)’ ..	10
8. Objektivat e komunikimit.....	11
9. Përshkrimi .....	12
9.1 Brandet dhe Mesazhet .....	12
9.2 Grupet e synuara, përshkrimet dhe kanalet e lidhura të komunikimit .....	12
9.3 Vështrim i përgjithshëm mbi grupet e synuara - përshkrim.....	13
9.4 Audiencat e synuara mes palëve të interesuara-komunikimi i brendshëm .....	16
9.5 Kush është pala e interesuar - kush është grupi i synuar?.....	17
10. Plani i Veprimit dhe i Komunikimit për vitin 2020 të MD-së/KKK .....	18

## 1. Përmbledhje ekzekutive

Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit është një dokument ‘i gjallë’, masash dhe aktiviteteve, me qëllimin për tu azhurnuar dhe përmirësuar çdo vit. Objektivat e kësaj strategjie, burojnë nga Strategjia NdërSektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023 dhe suksesi i aktiviteteve të komunikimit lidhet me informacionin që do të përfitohet nga target-grupet e synuara të kësaj strategjie. **Fushatat e ndërgjegjësimit të korrupsionit të cilat do të ndërmerren në vitin 2020** janë përshtatur për nevojat e informacionit dhe pritshmëritë e grupeve të ndryshme të synuara dhe rezultatet e tyre do të jenë baza për botime dhe aktivitete si dhe ndërrmarjen e politikave antikorrupsion në muajt dhe vitet në vijim.

Ministria e Drejtësisë do të luajë një rol të rëndësishëm në Javën e Integritetit . Në vijim të kësaj Jave të Integritetit do të përgatiten dy botime të printuara dhe një video: një broshurë për *Strategjinë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023* dhe një fletë udhëzues se si qytetarët mund të raportojnë korrupsionin dhe nga ku të marrin informacione shtesë për këtë fenomen global. Videoja do të përshkruajë pasojat negative të korrupsionit dhe synon të motivojë për miratimin e standardeve etike të integritetit.

Ministria e Drejtësisë do të kërkojë një bashkëpunim më të ngushtë me shoqërinë civile, për shembull përmes aktiviteteve të vazhdueshme me bazë 3 mujore (workshope, evente publike, iniciativa të përbashkëta) me OSHC-të. Kjo do të forcojë përpjekjet për të luftuar korrupsionin dhe për të rritur integritetin pasi organizatat e shoqërisë civile luajnë një rol të rëndësishëm në ndikimin e shoqërisë dhe ndryshimin e sjelljes qytetare. Në këtë mënyrë një bashkëpunim më i ngushtë me shoqërinë civile do të nxisë ndërtimin e besimit ndërmjet qytetarëve.

Një faktor frenues për komunikimin e suksesshëm lidhur me çështjet antikorrupsion është që Ministria e Drejtësisë nuk ka departament të komunikimit dhe medias dhe që të gjitha aktivitetet e komunikimit dhe medias duhet të kryhen nga stafi teknik i saj, në fusha të ndryshme të ekspertizës.

Me këtë strategji komunikimi dhe vizibiliteti, Ministria e Drejtësisë synon rritjen e profesionalizmit dhe krijimin e procedurave të qarta për planifikimin dhe zbatimin e aktiviteteve të komunikimit. Strategjia gjithashtu do të ndihmojë në bashkërendimin e dialogut me donatorët për zhvillimin e aktiviteteve të qëndrueshme të komunikimit në të ardhmen.

## 2. Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit – Informacion

	<b>Ministër i Drejtësisë</b>	<b>Koordinator Kombëtar Kundër Korrupsionit</b>
<b>Emri</b>	Etilda Gjonaj (Saliu)	Etilda Gjonaj (Saliu)
<b>Adresa</b>	Bulevardi Zogu I, Tiranë 1000, Shqipëri	Bulevardi Zogu I, Tiranë 1000, Shqipëri
<b>Telefon</b>	+355 4 225 9389	+355 4 225 9389
<b>Faks</b>	+ 355 4 2233 591	+ 355 4 2233 591
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:info@drejtesia.gov.al">info@drejtesia.gov.al</a>	<a href="mailto:info@drejtesia.gov.al">info@drejtesia.gov.al</a>
<b>Faqja zyrtare web</b>	<a href="https://drejtesia.gov.al">https://drejtesia.gov.al</a>	<a href="https://drejtesia.gov.al">https://drejtesia.gov.al</a>
<b>Faqja zyrtare në rrjetin facebook</b>	<a href="https://www.facebook.com/drejtesia.gov.al">https://www.facebook.com/drejtesia.gov.al</a>	<a href="https://www.facebook.com/drejtesia.gov.al">https://www.facebook.com/drejtesia.gov.al</a>
<b>Faqja zyrtare në rrjetin Twitter Shqip, Anglisht, Frengjisht</b>	<a href="https://twitter.com/Drejtesia.Gov.AL">https://twitter.com/Drejtesia.Gov.AL</a>	<a href="https://twitter.com/Drejtesia.GovAL">https://twitter.com/Drejtesia.GovAL</a>
<b>Këshilltar përgjegjës për strategjinë</b>	Znj.Stela Suloti <a href="mailto:Stela.Suloti@drejtesia.gov.al">Stela.Suloti@drejtesia.gov.al</a>	Znj.Stela Suloti <a href="mailto:Stela.Suloti@drejtesia.gov.al">Stela.Suloti@drejtesia.gov.al</a>
<b>08.07.2020</b>	Data e versionit të kësaj strategjie të komunikimit dhe vizibilitetit	

## 3. Historiku

Kjo strategji, u zhvillua me mbështetjen e **Komunikimit dhe Vizibilitetit, Kontratës së Reformës Sektoriale për Luftën kundër Korrupsionit** - një projekt i financuar nga Bashkimi Evropian.<sup>1</sup>

Qëllimi i përgjithshëm i Kontratës së Reformës Sektoriale për Luftën kundër Korrupsionit në Shqipëri është të ndihmojë Qeverinë e Shqipërisë në **zbatimin e Strategjisë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit** me qëllim krijimin e institucioneve shqiptare transparente, të pakorruptueshme dhe me integritet të lartë që do të rrisin besimin e qytetarëve dhe të sigurojnë një shërbim cilësor dhe të pakorruptueshëm.

Përgjegjësitë e zbatimit për Kontratën e Reformës Sektoriale varen nga Ministri i Drejtësisë - i cili është njëkohësisht edhe Koordinator Kombëtar Kundër Korrupsionit si dhe Ministri i Financave dhe Ekonomisë, i cili është koordinatori përgjegjës për Mbështetjen e Sektorit të Buxhetit.

Shqipëria miratoi Strategjinë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2020 (SNKK) në Mars 2015 dhe përmes VKM-së nr. 516, datë 1 korrik 2020 kjo strategji u zgjat në kohë deri

<sup>1</sup> Projekti Komunikimi dhe Vizibiliteti, Kontrata e Reformës Sektoriale për Luftën kundër Korrupsionit zbatohet nga AECOM-konsorciumi

në vitin 2023. Strategjia dhe Plani i saj i Veprimit përcaktojnë veprime në lidhje me masat parandaluese, ndëshkuese dhe ndërgjegjësuere që do të zbatohen në nivelin qendror dhe lokal. Duhet theksuar se, një shtyllë e rëndësishme e luftës kundër korrupsionit është rritja e ndërgjegjësimit të publikut shqiptar mbi pasojat negative të korrupsionit në jetën e secilit individ në shoqëri. Ndaj bashkëpunimi i publikut të gjerë në luftën kundër korrupsionit është dhe çmohet si i domosdoshëm”.

#### 4. Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit – Konspekt

<p><b>Historiku<sup>2</sup></b></p>	<p>Për të siguruar një qeverisje më të mirë të bazuar në integritet, llogaridhënie dhe sundim të ligjit, Qeveria e Shqipërisë miratoi në vitin 2015 një dokument politikash për të çuar përpara luftën kundër korrupsionit, Strategjinë Ndërsektoriale Kundër Korrupsionit (SNKK) 2015- 2020, dhe Planin e saj të Veprimit. Strategjia u zgjat në kohë deri në vitin 2023, dhe gjithashtu u miratua një Plan i ri Veprimi 2020-2023.</p> <p>Strategjia konsiston në tre qasje: parandaluese, ndëshkuese dhe ndërgjegjësuere.</p> <p><b><u>Oasja parandaluese:</u></b> (11 objektiva): eliminimi i korrupsionit nga autoritetet e administratës publike dhe nga agjencitë e tjera shtetërore që ofrojnë shërbime publike për qytetarët.</p> <p><b><u>Oasja ndëshkuese:</u></b> (4 objektiva), institucionet e zbatimit të ligjit si (Prokuroria, Policia e Shtetit, Agjencia e Administrimit të Pasurive të Sekuestruara dhe Konfiskuara si dhe Ministria e Brendshme) për të monitoruar zbatimin e ligjit dhe për të mbrojtur demokracinë dhe zbatimin e ligjit që siguron transparencë dhe integritet të institucioneve shtetërore.</p> <p><b><u>Oasja Ndërgjegjësuere:</u></b> (3 objektiva) për të rritur pjesëmarrjen e publikut në luftën kundër korrupsionit duke e denoncuar atë dhe duke qenë aktiv në iniciativat e parandalimit të korrupsionit.</p> <p>Në vitin 2018 u miratua Pasaporta e Indikatorëve, një instrument me shifra të qarta dhe tregues bazë për secilin prej objektivave specifike të strategjisë, për të matur efektivitetin e SNKK. Pasaporta e Indikatorëve përbëhet nga 37 indikatorë të detajuar të performance.</p>
<p><b>Historiku për strategjinë e komunikimit dhe vizibilitetit</b></p>	<p>Kjo strategji komunikimi dhe vizibiliteti e Ministrisë së Drejtësisë/Koordinatori Kombëtar Kundër Korrupsionit bazohet në <b>Planin e Veprimit 2020 – 2023</b>.</p> <p>Ajo ndjek objektivat e Strategjisë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023 në lidhje me <b><u>qasjen ndërgjegjësuere</u></b> të lartpërmendur.</p>

<sup>2</sup>Strategjia e komunikimit dhe vizibilitetit është duke përfshirë gjetjet e treguesve të pasaportës, një hulumtim i kryer në Tetor 2017 - Prill 2018 për të ndihmuar SNKK për të monitoruar zbatimin e Strategjisë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2020 (e cila është shtyrë deri në vitin 2023) dhe së fundmi qeverinë e Shqipërisë për të vlerësuar progresin e bërë në arrijten e objektivave specifike të përshkruara nga Strategjia [http://www.drejtesia.gov.al/wp-content/uploads/2018/10/passport\\_indicators.pdf](http://www.drejtesia.gov.al/wp-content/uploads/2018/10/passport_indicators.pdf)

<b>Data e fillimit të zbatimit të strategjisë së komunikimit dhe vizibilitetit</b>	Janar 2020
<b>Përditësimi i ardhshëm</b>	Dhjetor 2020

## 5. Hyrje

**Ministria e Drejtësisë po ndërton vazhdimisht një marrëdhënie me qytetarët e Shqipërisë,** bazuar në besimin me qëllim të sigurimit të të gjitha informacioneve të nevojshme në lidhje me parandalimin e korrupsionit, në të njëjtën kohë duke informuar publikun se si të kontribuojë për këtë qëllim. Kjo qasje do të kontribuojë në planin afatgjatë në rritjen e ndërgjegjësimit se lufta kundër korrupsionit nuk është vetëm një detyrim i imponuar nga ligji, por një veprim me përgjegjësi morale të çdo qytetari. Me qëllim të vendosjes së një marrëdhënie më të hapur me qytetarët e Shqipërisë MD-ja po bën një përpjekje për të përmirësuar kanalet ekzistuese të komunikimit dhe zhvillimin e mënyrave të reja të komunikimit, gjithashtu.

Në të njëjtën kohë, është e një rëndësie të jashtëzakonshme për mbarëvajtjen e luftës kundër korrupsionit që Ministria e Drejtësisë / Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit **të adresojnë përpjekjet e komunikimit edhe tek audienca e brendshme,** si nëpunësit publik në të gjitha organet e zbatimit të ligjit dhe të gjitha institucionet e interesuara të përfshira në luftën kundër korrupsionit. Të gjitha këto institucione duhet të kenë një pasqyrë të qartë për qasjen e gjerë që po merr Shqipëria për të luftuar korrupsionin kudo që të paraqitet dhe si institucionet e tyre kontribuojnë në atë qëllim.

**Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit (KKK)** është përgjegjës për të koordinuar të gjitha përpjekjet e luftës ndaj korrupsionit sikurse përshkruhet në Strategjinë Ndërsektoriale Kundër Korrupsionit 2015-2023 (SNKK), në të cilën komunikimi dhe vizibiliteti luajnë një rol të rëndësishëm. Të gjitha aktivitetet duhet të koordinohen me kujdes si dhe duhet të zbatohen masa të reja për të përfshirë të gjithë palët e interesuara në proces. Duke qenë se Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit është Ministri i Drejtësisë, të gjitha aktivitetet e Koordinatorit Kombëtar kundër Korrupsionit do të zbatohen vetëm përmes Ministrisë së Drejtësisë. Objektivat e kësaj strategjie të komunikimit dhe vizibilitetit janë përcaktuar në SNKK.

Strategjia e Komunikimit dhe Vizibilitetit është një dokument ‘i gjallë’ masash dhe aktivitetesh, me qëllimin për tu azhurnuar dhe përmirësuar çdo vit. Në kuadër të azhurnimit dhe përmirësimit vit pas viti të kësaj strategjie, Ministria e Drejtësisë do të ndërmarrë masa për garantimin e një niveli profesional komunikimi për arritjen e objektivave të mëposhtëm:

**Objektivi i parë: Ndërgjegjësimi dhe edukimi i publikut të gjerë mbi pasojat e korrupsionit (C1)** - Ky objektivi kërkon njohje të mirë të target-grupeve, mënyrave si mund të vendoset komunikimi me ta si dhe të kuptuarit të nevojës së tyre për tu pajisur me informacion për çështjet antikorrupsion. Ministria e Drejtësisë/Koordinatori Kombëtar kundër

Korrupsionit janë të vetëdijshëm se kjo nuk mund të arrihet vetëm përmes konferencave për shtyp, njoftimeve dhe postimeve në media sociale. Aktivitetet e synuara të komunikimit do të hartohen duke marrë parasysh ndryshueshmërinë e mënyrave të komunikimit dhe interesave të secilit prej grupeve të synuara (të cilat do të përshkruhen më poshtë në kapitullin “Grupet e synuara”). Për të informuar sa më mirë grupet e synuara, **Ministria do të zhvillojë fushata ndërgjegjësimi kundër korrupsionit përgjatë vitit 2020**. Ministria e Drejtësisë do të luajë një rol të rëndësishëm në Javën e Integritetit dhe në vijim të kësaj Jave të Integritetit do të përgatiten dy botime të printuara dhe një video: një broshurë për Strategjinë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023 dhe një fletë udhëzues se si qytetarët mund të raportojnë korrupsionin dhe nga ku të marrin informacione shitesë për këtë fenomen global. Videoja do të përshkruajë pasojat negative të korrupsionit dhe synon të motivojë për miratimin e standardeve etike të integritetit.

Objektivi i dytë: **Nxitja e publikut për të përdorur aktivisht mekanizmat për denoncimin dhe parandalimin e korrupsionit(C2)** - luan tashmë një rol në fushën e ndryshimit të qasjes së qytetarëve ndaj korrupsionit por kërkon më shumë sesa masat klasike të komunikimit. Ministria e Drejtësisë/Koordinatori Kombëtar Kundër Korrupsionit janë të bindur se publiku i gjerë bashkëpunon vetëm kur kanë besim në sistemin e drejtësisë, kur kuptojnë procesin, si dhe shohin e vlerësojnë rezultatet e zbatimit të ligjit.

Në vitin 2020 Ministria do të hartojë publikime që do të nxisin arritjen e këtyre objektivave.

Objektivi i tretë: **Inkurajimi i bashkëpunimit me shoqërinë civile (C3)** - është një bazë e rëndësishme për zhvillimin e transparencës dhe rritjen e besimit. Ministria e Drejtësisë/Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit janë të sigurt që pushteti legjislativ, ekzekutiv dhe ai gjyqësor nuk mund të kenë sukses në luftën kundër korrupsionit pa mbështetjen e subjekteve drejtues dhe aktivë të shoqërisë. Organizatat e shoqërisë civile (OSHC) luajnë një rol të rëndësishëm në ndikimin e shoqërisë dhe ndryshimin e sjelljes qytetare apo qasjes së tyre. Një bashkëpunim i ngushtë me shoqërinë civile do të nxisë përpjekjet për zhdukjen e korrupsionit dhe rritjen e integritetit, dhe në këtë kuadër Ministria e Drejtësisë do të organizojë aktivitete publike me pjesëmarrjen e organizatave të shoqërisë civile.

## 6. Gjendja aktuale e punëve

Ministria e Drejtësisë nuk ka një drejtori të dedikuar për çështje lidhur me komunikimin në strukturën e saj. Mënyrat kryesore të saj të komunikimit janë konferencat për shtyp, postimet në Facebook and Twitter si dhe faqen në website-in e Ministrisë së Drejtësisë.

Postimet në mediat sociale përgatiten nga stafi i Ministrisë, të cilët nuk kanë specializim në fushën e gazetarisë dhe për këtë arsye Ministria po kërkon të kontraktojë staf për hartimin e publikimeve të ndryshme.

Përmes kësaj strategjie komunikimi dhe vizibiliteti, Ministria synon ngritjen e profesionalizmit dhe krijimin e procedurave të qarta për planifikimin dhe zbatimin e aktiviteteve të komunikimit.



Kjo strategji do të ndihmojë gjithashtu në formulimin e kërkesave për mbështetje, pasi Ministria e Drejtësisë nuk ka fonde dhe personel të mjaftueshëm për të gjitha aktivitetet që planifikon të zhvillojë dhe për të cilat është e nevojshme mbështetja e donatorëve.

Dicka e fundit për sfidat me të cilat u përball vendi dhe shoqëria jonë në fund të vitit 2019 dhe gjatë vitit 2020 - periudha kur u zhvillua kjo strategji dhe kur filloi zbatimimi i saj. Në nëntor 2019 Shqipëria u godit nga tërmeti më i fortë në 40 vitet e fundit, 51 persona humbën jetën dhe rreth 3000 të tjerë u plagosën. U shpall gjendja e jashtëzakonshme nga qeveria shqiptare për Durrësin, Thumanën dhe Tiranën e cila më vonë u shtri në Lezhë dhe Laç për një periudhë 30 ditë.

Në Mars të vitit 2020, pandemia COVID-19 goditi gjithashtu Shqipërinë duke paralizuar jetën publike dhe jetën e secilit qytetar por pavarësisht këtyre sfidave aktivitetet e rëndësishme do të prezantohen. Në vitin 2020, Koordinatorin Kombëtar Kundër Korrupsionit do të lançojë një një webfaqe të dedikuar, e cila do të përfshijë të gjitha aktivitetet dhe institucionet, kornizën ligjore, kontratat dhe detyrimet në të cilat është angazhuar Republika e Shqipërisë. Kjo faqe e internetit do të jetë një platformë e përbashkët për të gjitha institucionet që luftojnë korrupsionin, për publikimin e lajmeve të tyre dhe për sigurimin e shërbimeve të informacionit. Do të jetë gjithashtu një platformë *one-stop* në internet për të gjithë kërkuesit e informacionit për gjetjen e informacionit që është i rëndësishëm për qëllimet e tyre, për shembull, gjetjen e teksteve juridike, informacion se si të raportoni korrupsionin dhe gjithashtu informacion themelor se si organizohet lufta kundër korrupsionit. Së bashku me aktivitetet e tjera dhe me mbështetjen e Bashkimit Evropian, shpresojmë që të mund ta ngremë luftën kundër korrupsionit në një nivel tjetër, me një përqendrim më të fortë në aktivitetet e ndërgjegjësimit, një rritje të numrit të qytetarëve që denoncojnë korrupsionin dhe rritje besimi në qëllimet e Qeverisë shqiptare në luftën kundër korrupsionit.

## 7. Metodologjia

### 7.1 Kriteret

**Metodologjia e kësaj strategjie të komunikimit dhe vizibiliteti bazohet në kriteret vijuese:**

- Objektiva të qarta të komunikimit;
- Audiencia e synuar e përcaktuar mirë;
- Mesazhet kryesore/Aktivitetet në përputhje me objektivat e ndërgjegjësimit të Strategjisë Ndërsektoriale kundër Korrupsionit 2015-2023;
- Afate kohore të përcaktuara;
- Planifikim i buxhetit;
- Kanale komunikimi të përshtatshme për kontekstin e strategjisë së komunikimit dhe vizibilitetit;
- Treguesit për monitorimin dhe vlerësimin e suksesit dhe arritjes së aktiviteteve të komunikimit dhe vizibilitetit;
- Një pikë kontakti e përcaktuar në strategjinë e komunikimit dhe vizibilitetit.

## **7.2 Masat e Strategjisë së Komunikimit dhe Vizibilitetit**

Masat e komunikimit dhe vizibilitetit duhet të ndjekin standarde për të dhënë një cilësi të qëndrueshme të veprimeve të ndërmarra, duke përfshirë të gjitha masat:

- Përdorim i një informacioni të saktë dhe faktik;
- Planifikim dhe kapitalizim i çdo mundësie të përshtatshme që mund të shfaqet;
- Duhet të jetë në qendër të njerëzve, duke adoptuar aty ku është e përshtatshme, metoda përshkruese të tregimit të impaktit të masave të ndërmarra, në jetën e qytetarëve;
- Duhet të jetë e përshtatshme për kanalet e përdorura të komunikimit (p.sh. media sociale) dhe audiencën e synuar (p.sh. të rinjtë) për sa i përket stilit dhe gjuhës;
- Duhet të jetë në përpjesëtim me shkallën e veprimit për sa i përket kosto-përfitim;
- Forcimi i partneriteteve me individë dhe organizata;
- Koordinim me subjektet e interesuar.

## **7.3 Metodologjia për krijimin e një ‘Plani Komunikimi dhe Vizibiliteti (PKV)’**

Strategjia është qasja gjithëpërfshirëse ndaj një komunikimi të suksesshëm dhe të qëndrueshëm si dhe rritjes së vizibilitetit në lidhje me tre objektivat e lartpërmendur. Zbatimi i objektivave dhe aktiviteteve është përshkruar nga Plani i Komunikimit dhe Vizibilitetit, i cili ka strukturën e mëposhtme për çdo aktivitet të planifikuar:

### **Objektivat**

1. Objektivat e komunikimit
2. Grupet e synuara
3. Mesazhet/përshkrimet kryesore nga grupi i synuar (në lidhje me objektivat operacionale të veprimit)

### **Aktivitetet**

4. Mjetet dhe kanalet e komunikimit të identifikuar
5. Aktivitetet kryesore të komunikimit të parashikuara dhe afate kohore të përcaktuara

### **Vlerësimi**

6. Treguesit sipas objektivave për secilin grup të synuar
7. Mjetet e verifikimit/reagimit

### **Burimet**

8. Burimet njerëzore: pika fokale e komunikimit
9. Burimet financiare: buxheti i disponueshëm për aktivitetet e komunikimit

## **8. Objektivat e komunikimit**

Të gjitha aktivitetet e komunikimit dhe të vizibilitetit do të ndjekin objektivat kryesore të parashikuara nga Strategjia Ndërsektoriale Kundër Korrupsionit 2015-2023 dhe Kontrata e

Reformës Sektoriale për Luftën kundër Korrupsionit në Shqipëri<sup>3</sup>. Mund të ndodhë që secili aktivitet të kërkojë objektiva specifike, për të arritur target grupet e synuara nga aktivitetet të ndryshme të komunikimit. Prandaj këtu përmenden vetëm tre objektivat kryesore, pasi objektivat specifike do të përshkruhen veçmas në secilën nga aktivitetet vijuese.

<p><b>Objektivi C 1</b></p> <p><b>Ndërgjegjësimi dhe edukimi i publikut të gjerë mbi pasojat e korrupsionit</b></p>	<p>Bashkëpunimi i publikut të gjerë në luftën kundër korrupsionit është i domosdoshëm. Për të siguruar një bashkëpunim të tillë, institucionet përgjegjëse duhet të rrisin ndërgjegjësimin e publikut për pasojat negative të korrupsionit në jetën e secilit individ në shoqëri.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mjetet e ndërgjegjësimit të përfshihen në kurrikulat e arsimit të vazhdueshëm;</li> <li>2. Të ndërmerren fushata kombëtare për rritjen e ndërgjegjësimit të qytetarëve kundër korrupsionit;</li> <li>3. Të ndërmerren fushata ndërgjegjësimi për përdorimin e sistemeve të ndryshme për të shmangur korrupsionin.</li> </ol>
<p><b>Objektivi C 2</b></p> <p><b>Nxitja e publikut për të përdorur aktivisht mekanizmat për denoncimin dhe parandalimin e korrupsionit</b></p>	<p>Inkurajimi i publikut për të përdorur mekanizmat dhe sistemet e ankesave është një nga instrumentet më efikase në luftën kundër korrupsionit. Ndërtimi i besimit në funksionimin real të këtyre mekanizmave do të ndikojë në rritjen e numrit të ankesave dhe raporteve, duke ndikuar kështu pozitivisht në efikasitetin e luftës kundër korrupsionit.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Përdorimi i mjeteve elektronike për të raportuar rastet e korrupsionit;</li> <li>2. Publikimi në internet i të gjitha akteve nënligjore që ofrojnë procedura për të trajtuar ankesat dhe afatet e tyre;</li> <li>3. Raportimi publik për rastet e trajtuara të korrupsionit.</li> </ol>
<p><b>Objektivi C 3</b></p> <p><b>Inkurajimi i bashkëpunimit me shoqërinë civile</b></p>	<p>Gjatë viteve të fundit, shoqëria civile në Shqipëri ka zhvilluar një nivel të lartë ekspertize në lidhje me teknikat dhe metodat e hartimit dhe monitorimit të masave antikorrupsion. Prandaj, është shumë e rëndësishme të përfshihen palët e interesuara të shoqërisë civile në procesin e hartimit, si dhe të lejohen që të monitorojnë zbatimin e masave antikorrupsion të qeverisë. Partneriteti me shoqërinë civile dhe komunitetin e biznesit do të ngrihet në nivelin e kërkuar dhe do të forcohet më tej jo vetëm përmes përfshirjes së tyre në marrjen e mendimit, por edhe në nivelin e vendimmarrjes. Ky partneritet do të rritet përmes takimeve të vazhdueshme konsultative.</p>
<p><b>Objektivi i Kontratës së Reformës Sektoriale</b></p>	<p>Përmirësimi i kornizës për ndërgjegjësimin kundër korrupsionit, veçanërisht përmes inkurajimit të shoqërisë civile dhe publikut të gjerë për të raportuar rastet e korrupsionit.</p>

<sup>3</sup> Përveç Strategjisë Ndërsektoriale Kundër Korrupsionit 2015-2023, e cila është pjesë e kuadrit ligjor të Shqipërisë, Bashkimi Evropian dhe Shqipëria kanë lidhur **Kontratën e Reformës Sektoriale**. Qëllimi i përgjithshëm i kësaj kontrate është të ndihmojë Qeverinë e Shqipërisë në zbatimin e Strategjisë Ndërsektoriale Kundër Korrupsionit me qëllim krijimin e institucioneve shqiptare transparente dhe me integritet të lartë që gëzojnë besimin e qytetarëve dhe sigurojnë një shërbim cilësor dhe të pakorruptueshëm.

## 9. Përshkrimi i aktiviteteve

Një “përshkrim” është më shumë sesa thjesht një mesazh. Ministria e Drejtësisë synon të zhvillojë aktivitete me “përshkrime” lidhur me luftën ndaj korrupsionit dhe promovimin e integritetit të përshtatur për grupe të ndryshme të synuara. Përshkrimi do të ndihmojë veçanërisht për të zhvilluar një kuptueshmëri midis stafit të vet të komunikimit për atë që synohet të arrijë. Si pasojë, të gjitha aktivitetet e komunikimit do të jenë më të përqendruara në arritjen e qëllimeve. Në përgjithësi, përshkrimet nxisin një kuptim të qartë se ku është duke u drejtuar lufta kundër korrupsionit dhe si qëndrimet dhe veprimet e secilit individ kontribuojnë në suksesin e luftës kundër korrupsionit.

Përshkrimi është një artikulum i qartë, vizion bindës dhe strategji për të ardhmen e shoqërisë me më pak korrupsion - për shembull në çrënjësien e padrejtësive dhe praktikave të padrejta, në inkurajimin e qytetarëve për t'u ngritur për të drejtat e tyre dhe në motivimin e secilit individ për të përvetësuar integritetin. Një përshkrim është më shumë sesa përmbledhja e pikave kryesore - pikturon një tablo se si e tashmja dhe e ardhmja e Shqipërisë përshtaten së bashku në një kontekst më të gjerë strategjie antikorrupsion.

Kapitulli vijues lë vend për zhvillimin e përshkrimeve për secilin grup të synuar. Është qëllimi i kësaj strategjie të plotësojë boshllëqet në lidhje me përshkrimet bindëse.

### 9.1 Brand-et dhe Mesazhet

**Përshkrimi, brand-et dhe mesazhet të gjitha për një qëllim** - por ato kanë domethënie specifike: përshkrimi është “perspektiva e përgjithshme” - të gjitha *brandet* dhe mesazhet duhet të përfshihen nën përshkrim. **Mesazhet** janë elementet thelbësore të fushatave të komunikimit. Efikasiteti i tyre varet nga arritja e grupeve të synuara. Ato duhet të jenë të përshtatura për njerëzit që duam të arrijmë dhe gjithashtu në lidhje me aktivitetin specifik të komunikimit. Për shembull: Mesazhi “*regjistrohu në llogarinë tonë në Twitter për më shumë informacion*” është i padobishëm për njerëzit e moshuar, ose njerëzit që nuk kanë një telefon *smartphone*- ata kurrë nuk do të përdorin të tilla. Kjo tregon se sa e rëndësishme është të identifikohet katalizatori për të përcjellë mesazhe në lidhje me grupe specifike të synuara.

Sipas përkufizimit *brand* është një strategji e marketingut në të cilën një kompani krijon një emër, një simbol ose një model që mund të identifikohet lehtësisht se i përket kompanisë (*Vetëm bëje/Nike, Unë jam duke e dashuruar atë/ - Mac Donalds*). Kjo praktikë e bën secilin produkt unik dhe ndihmon në dallimin e tij nga ofertat e tjera. *Brand*-i luan një rol të madh në marketing.

Fushatat e komunikimit mund të zbatohen pa *brand*-e por kurrë pa mesazhe. Në lidhje me komunikimin kundër korrupsionit, përshkrimi dhe mesazhet specifike janë më të rëndësishme sesa *brand*-et. Në këtë moment ne nuk po planifikojmë një fushatë *brand*-i, por nuk duam të përjashtojmë që në të ardhmen mund të krijojmë një fushatë të tillë.

Kapitulli 11.3 jep përshkrimet për secilin grup të synuar që dëshirojmë të arrijmë. Përshkrimet e qarta janë të rëndësishme për zhvillimin e mesazheve. Mesazhet duhet të zhvillohen në grupe pune që përfaqësojnë audiencën e synuar, p.sh. përfaqësues të institucioneve vendore, media, komuniteti akademik, qarqet e biznesit, etj

## 9.2 Grupet e synuara, përshkrimet dhe kanalet e lidhura të komunikimit

Shprehjet grupet e synuara dhe audiencat e synuar janë fjalë të ndryshme për të njëjtën gjë, ato mund të përdoren si sinonime, të ngjashme me grupet kryesore, audiencën bazë, përdoruesit e synuar, klientët, publikun e referuar, grupet thelbësore, publikun e synuar, audiencën e mundshme. Ata të gjithë qëndrojnë pak a shumë për: **Njerëzit që duam t'i arrijmë.**

Duke i vendosur individët në audiencë të synuar specifike, në grupojmë ato në bazë të karakteristikave të caktuara që individët ndajnë me njëri-tjetrin, për shembull mosha, arsimit, seksi, ambientet e jetesës (urbane, rurale), interesat e përbashkëta (si sporti, udhëtimi, mbrojtja e mjedisit, etj.), ngjashmërisht për të gjithë në mënyrën e të marrit informacion. Disa nga këto karakteristika janë të lehta për t'u mbledhur (mosha, seksi, arsimimi, përdorimi i mediave, vendi i jetesës, statusi i martesës), karakteristika të tjera kanë nevojë për një qasje specifike për të marrë të dhëna të qarta dhe të besueshme.

*Shënim: Audiencat e synuara kanë zakone/përdorime të ndryshme informacioni. Kjo është arsyeja pse ne duhet t'i analizojmë ato. Të rinjtë nuk shikojnë më TV, si prindërit dhe gjyshërit e tyre. Nëse duam të arrijmë tek të rinjtë, duhet të kuptojmë se çfarë është me interes për ta dhe si komunikojnë ata.*

Lidhur me grupet e synuara janë karakteristika specifike në përdorimin e mediave/kanaleve të ndryshme të komunikimit.

Për shembull TV: në të vërtetë të rinjtë nuk shikojnë më TV, ashtu siç bëjnë prindërit dhe gjyshërit e tyre - mediat sociale janë shumë më tërheqëse. Kjo do të thotë, që të rinjtë nuk mund të arrihen në mënyrë efektive përmes konferencave për shtyp të TV-së, ndërsa lajmet në TV janë akoma efektive për të arritur në gjeneratën e moshës së mesme dhe të moshuar.

Sa më shumë i njohim këto lloje specifikash të grupeve të synuara, aq më mirë mund t'i përshtatim aktivitetet e komunikimit, mesazhet, përdorimin e kanaleve të duhura të komunikimit.

## 9.3 Vështrim i përgjithshëm mbi grupet e synuara - përshkrim

Për të arritur të gjithë këto grupe të synuara të ndryshme na nevojitet të analizojmë cilat kanale/mjete komunikimi dhe mesazhe janë më të efektshmet.

Meqenëse korrupsioni është pjesë e jetës së përditshme në Shqipëri, shoqëria me të gjithë sektorët e saj specifikë mund të kuptohet si audiencë e synuar, për shembull të rinjtë, fuqia punëtore në Shqipëri, komuniteti i biznesit, si dhe audiencat e huaja, si investitorët, vendet anëtare të Bashkimit Evropian, organizatat ndërkombëtare – shih audiencat e synuara të renditura më poshtë.

**Qytetarët / Publiku:** Qytetarët janë grupi i synuar që është përfshirë më shumë në çështje korrupsioni për shkak të kontaktit të vazhdueshëm që ka me administratën publike apo sistemin gjyqësor në çështje që lidhen me sigurimin e shërbimeve apo çështje që lidhen me proceset gjyqësore në të cilat janë përfshirë ata. Është shumë e rëndësishme që qytetarët (megjithëse një pjesë e konsiderueshme janë të ndërgjegjshëm se korrupsioni është veprë penale dhe e dënueshme me ligj) të jenë më të informuar për dukurinë e korrupsionit, dënimin e tij, rëndësinë e denoncimit dhe përfshirjen e tyre në luftën kundër tij. Gjithashtu, duhet theksuar se përfshirja e qytetarëve mund të ndihmojë në reduktimin e korrupsionit edhe thjesht duke marrë pjesë në aktivitete të qeverisjes apo si pjesë e strategjive të synuara antikorrupsion. Përfitimet e integritetit duhet të nxirren në pah, integriteti nxit zhvillimet pozitive në të gjithë pjesët e shoqërisë, duke filluar me mirëqënien e personelit që jeton në një sistem të paanshëm me institucione publike që mund të besohen dhe që funksionojnë në mënyrë të paanshme dhe jokorruptive.

Integriteti i shfaqur nga brezat më të vjetër ka një ndikim pozitiv te brezi më i ri. Shumë të rinj shqiptarë të kualifikuar largohen drejt vendeve të tjera për gjetur mundësi më të mira por edhe pasi kanë humbur besimin e tyre se shoqëria do të ndryshojë për mirë.

Për investitorët e huaj është një kriter i rëndësishëm gjetja e kushteve të drejta ku investimet e tyre të ruhen dhe që ata të mos shantazhohen nga zyrtarë që kërkojnë mundësi për ryshfet.

**Studentët / Të Rinjtë:** Studentët dhe të rinjtë duhet të dinë për ndikimet e korrupsionit ndaj të ardhmes së vendit. Si liderët e ardhshëm, ata nevojitet të kuptojnë si kanë kontribuar aktivitetet korruptive në zhvillimin dhe formimin e keq të shoqërisë, ekonomisë dhe politikës. Ata nevojitet të kuptojnë gjithashtu se praktikat korruptive në ditët e sotme kanë potencialin që të shkatërrojnë të ardhmen e tyre. Nga ana tjetër, ata duhet të inkurajohen për të kërkuar integritet në mjedisin e tyre social dhe për të denoncuar korrupsionin që hasin dhe që kufizon të drejtat e tyre.

Është shumë e rëndësishme të rrisim ndërgjegjësimin e të rinjve për çështjet e korrupsionit, të nxisim përgjegjësinë e komunitetit mes tyre dhe të stimulojmë veprimin lidhur me mënyrën si të parandalojmë korrupsionin. Angazhimi i të rinjve është i nevojshëm për sukses në luftën kundër korrupsionit pasi ata përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të popullsisë dhe janë përgjithësisht më të hapur ndaj ndryshimit social dhe transformimit politik.

**Spektori Privat:** Spektori privat është një prej burimeve kryesore të ekonomisë së vendit. Përgjatë viteve, është provuar se korrupsioni është pengesa kryesore për sipërmarrjen private pasi ai pengon investimin nga entet tregtare. Korrupsioni privat prek të gjithë zinxhirin e furnizimit pasi çrregullon tregjet, saboton konkurrencën dhe rrit kostot për kompanitë duke çuar në mundësi të humbura për biznes. Pronarët e biznesit dhe menaxherët e sektorit privat duhet të kuptojnë ndikimin që ka korrupsioni jo vetëm në operacionet e biznesit por edhe në nivel kombëtar në përgjithësi. Është kritike për këtë grup të synuar të kuptojë realitetet e korrupsionit në të gjithë kombin dhe si ai prek madje edhe fuqinë blerëse të qytetarëve. Nga ana tjetër, ata mund të kontribuojnë për integritetin duke ua kërkuar atë homologëve të tyre në administratën publike.

**Partitë Politike:** Të gjitha partitë politike që shërbejnë si mjet për përgatitjen e liderëve politikë në mënyrë specifike për ekzekutivin dhe legjislativin, duhet të shfaqin një sens të qartë angazhimi ndaj respektimit të ligjeve në Shqipëri, duke forcuar shkallën e transparencës, përgjegjshmërisë dhe zbatimit të ligjit. Ato duhet të respektojnë rregullat që qeverisin aktivitetet e tyre.

**Institucionet Fetare:** “Shqipëria është nga pikëpamja kushtetuese një vend laik që nga viti 1967 dhe si i tillë, ‘neutral në çështjet e besimit dhe ndërgjegjes’:<sup>4</sup> Ish diktatura komuniste e shpalli Shqipërinë “vendin ateist” të parë dhe të vetëm në botë. Besimtarët u përballën me ndëshkime të rënda dhe shumë klerikë u vranë. Për shkak të saj, pjesëmarrja dhe praktika fetare përgjithësisht është e moderuar në ditët e sotme dhe sondazhet kanë treguar se krahasuar me popullsitë e vendeve të tjera, janë të pakët shqiptarët që e konsiderojnë besimin si faktor dominant në jetën e tyre.” Megjithatë, institucionet fetare luajnë rol në zbatimin e standardeve etike dhe për këtë arsye janë të rëndësishëm për formimin dhe zhvillimin e shoqërisë. Duhet marrë në konsideratë përfshirja e tyre në fushata për nxitjen e integritetit pasi ndikimi social-ekonomik i korrupsionit prek jetën e ndjekësve të tyre, si dhe të kombit në tërësi.

---

<sup>4</sup>["Kushtetuta e Shqipërisë" \(PDF\)](#).

**Shoqëria Civile - Organizatat e Shoqërisë Civile:** Duhet të shërbejnë si organizma mbikqyrës antikorrupsion dhe duhet të jenë të gatshme të raportojnë praktikat korruptive, si dhe të nxisin nevojën për t'i fuqizuar qytetarët të shërbejnë. Fuqia e grupeve të shoqërisë civile në mobilizimin e presionit për ndryshim mund të jetë shumë e rëndësishme dhe e nevojshme në luftën kundër korrupsionit në Shqipëri.

Organizatat e Shoqërisë Civile kanë një rol të rëndësishëm për të luajtur në luftën kundër korrupsionit përmes studimeve të shumta në këtë fushë që nxjerrin në pah aspektet e korrupsionit, si dhe kontribuojnë në politikëbërje.

**Organet Antikorrupsion dhe të Zbatimit të Ligjit:** Roli i agjencive ligjzbatuese si për shembull Policia e Shtetit, Prokuroria e Përgjithshme, Kontrolli i Lartë i Shtetit, Prokuroria e Posaçme Kundër Korrupsionit dhe Krimin të Organizuar, Byroja Kombëtare e Hetimit, Inspektoriat i Lartë i Deklarimit dhe Kontrollit të Pasurive dhe Konfliktit të Interesave, Drejtoria e Përgjithshme e Parandalimit të Pastrimit të Parave janë vendimtare në luftën kundër korrupsionit. Ato pritet të ushtrojnë funksionin e tyre me efikasitet dhe të përmirësohen nëpërmjet koordinimit, shkëmbimit të informacionit dhe bashkëpunimit.

Këto institucione për shkak të fushës së aktivitetit të tyre trajtojnë apo referojnë çështje që lidhen me korrupsionin, ku mund të përmendim specifikisht Prokurorinë e Posaçme Kundër Korrupsionit dhe Krimin të Organizuar, që i dedikohet tërësisht luftës kundër korrupsionit. Sidoqoftë, për shkak të natyrës së tyre të veçantë, këto institucione jo vetëm që ndihmojnë në luftën kundër korrupsionit, por japin gjithashtu kontribut për sa u përket politikave apo sugjerimeve për ndryshime në legjislacion në këtë fushë.

**Gjyqësori- Sistemi gjyqësor është mbrojtësi i ligjeve:** Sistemi ligjor dhe integriteti social me përgjegjësinë për të garantuar parimet e qeverisjes së mirë duke respektuar ligjet për të siguruar se ata që shkelin ligjet do të ndëshkohen. Vetëm një institucion që ofron drejtësi me paanshmëri, transparencë dhe ndershmëri do të gëzojë besimin e publikut si një institucion vendimtar shtetëror. Në Republikën e Shqipërisë, gjyqësori ushtrohet nga gjykatat që kanë detyrën të administrojnë drejtësinë. Për të garantuar drejtësi, korrupsioni duhet të luftohet jo vetëm nga gjykatësit, por edhe nga personeli administrativ që punon në gjykata.

**Spektori Publik / Spektori Shtetëror:** Spektoret publikë përfshijnë të mirat publike dhe shërbimet qeveritare si për shembull ushtria, zbatimi i ligjit, infrastruktura (rrugët publike, urat, tunelet, ujësjellësi, kanalizimet, rrjetet elektrike, telekomunikacionet etj), transporti publik, arsimit publik së bashku me kujdesin shëndetësor dhe ata që punojnë për vetë qeverinë si zyrtarët e zgjedhur. Spektori publik mund të ofrojë shërbime nga të cilat nuk mund të përjashtohet ai që nuk paguan (si për shembull ndriçimi i rrugës), shërbime që përfiton e gjithë shoqëria dhe jo thjesht individit që e përdor shërbimin. Spektori që duhet t'i përmbahet me vetëdije parashikimeve ligjore dhe rregullave administrative duke zbatuar veprime specifike (siç janë Agjensia Shtetërore e Kadastrës, Doganat, Taksat, Mbrojtja e Territorit, Zhvillimi Bujqësor dhe Rural, Mjedisi, Pyjet, Uji dhe Turizmi) për vëzhgim dhe zbatimin e mekanizmave të brendshëm të vetë-rregullimit siç janë kodet e sjelljes.

**Ekzekutivi:** I referohet Zyrës së Kryeministrit dhe Këshillit të Ministrave me përgjegjësinë kryesore për të siguruar se aktivitetet e SNKK-së janë zbatuar. Ekzekutivi duhet të luajë rolin kryesor në miratimin dhe zbatimin e planeve të veprimit me dispozitat dhe alokimin e burimeve.

**Parlamenti:** Parlamenti dhe vendimmarrja e tij kanë një rol jetik për të luajtur veçanërisht duke e mbajtur ekzekutivin llogaridhënës përmes kontrollit publik. Ushtrimi i legjislativit dhe

fuqia mbikqyrëse përmes marrjes në pyetje dhe diskutimit të veprimeve të ekzekutivit është shumë e rëndësishme në vënien nën kontroll të ekzekutivit.

**Bashkitë:** Është qëllimi i kësaj strategjie komunikimi dhe vizibiliteti të përfshijë të gjitha bashkitë në aktivitete për të luftuar korrupsionin. Agjencia për Mbikëqyrjen e Vetëqeverisjes Vendore do të përfshihet për të arritur në mënyrë efektive në bashki dhe për të bashkëpunuar në aktivitetet e komunikimit antikorrupsion.

**Media:** Media është një partner strategjik që mund të ofrojë një platformë për të hetuar dhe raportuar korrupsionin. Media duhet inkurajuar dhe mbështetur për të ekspozuar rastet e korrupsionit pa frikë dhe pa favore. Profesionalizmi duhet të nxitet për të shmangur sensacionin dhe anshmërinë që mund të sabotojnë aktivitetet e agjencive ligjzbatuese.

#### **9.4 Audiencat e synuara mes palëve të interesuara – komunikimi i brendshëm**

Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit merr në konsideratë gjithashtu nëpunësit civil të administratës publike si një audiencë e synuar e fushatave antikorrupsion, meqenëse roli i tyre është vendimtar në zbatimin e masave antikorrupsion, si dhe në zbatimin e standardeve të integritetit. Ata duhet të informohen patjetër për masat antikorrupsion, pasi luajnë një rol të rëndësishëm në vetëkontrollin e institucioneve publike. Qëllimet specifike janë këto : 1. Të inkurajojë punonjësit të përdorin forma të reja të komunikimit të cilat përmirësojnë bashkëpunimin, motivimin dhe efikasitetin e operacioneve; 2. Të inkurajojë punonjësit të ndajnë informacion, njohuri dhe përvojë. Komunikimi i rregullt dhe në kohë të vazhdueshme me të gjithë punonjësit e MD është i rëndësishëm për rritjen e efikasitetit të punës, përmirësimin e kënaqësisë në punë të punonjësve, ngritjen e cilësisë së punës dhe arritjen e përfshirjes më të madhe të punonjësve në procesin e vendimmarrjes.

Një tjetër synim i komunikimit të brendshëm do të jetë fuqizimi i sinjalizuesve. Ata zbulojnë rastet e korrupsionit, janë pjesë e reformave dhe duhet të dinë të drejtat e tyre dhe masat që mund të ndër marrin për të raportuar korrupsionin në institucionet e tyre dhe se ata mbrohen me ligj.

Kushdo që ushtron funksionin e të denoncuarit të kolegëve të korruptuar në shërbimin publik, nuk duhet të rrezikojë pozicionin e tij të punës dhe sigurinë e tij/saj, nëse zbatimi i ligjit dhe ndëshkimi dështojnë vazhdimisht. Për këtë arsye, është me rëndësi tu thuhet të gjithë njerëzve se zbatimi i ligjit është në fuqi, funksionon mjaftueshëm dhe se sinjalizuesit janë të mbrojtur – jo vetëm nga ligji por edhe në realitet. Është e rëndësishme të bashkëpunohet me ILDKPKI, si institucioni kryesor për sinjalizuesit.

#### **9.5 Kush është pala e interesuar- kush është grupi i synuar?**

Palët e interesuara janë “institucionet dhe përfaqësuesit e tyre, të cilët ndikohen drejtpërdrejt nga vendimet dhe veprimet e Ministrisë së Drejtësisë/Koordinatorit Kombëtar kundër Korrupsionit – njëkohësisht palët e interesuara kanë ndikim në suksesin e aktiviteteve të Ministrisë së Drejtësisë/Koordinatorit Kombëtar. Palët e interesuara marrin pjesë aktivisht në menaxhimin e reputacionit të Ministrisë së Drejtësisë/KKK dhe për këtë arsye duhet të jenë të përfshirë në mënyrë proaktive në aktivitete komunikimi dhe vizibiliteti. Grupet e synuara janë njerëzit që duam të arrijmë. Ky përkufizim nënkupton se palët e interesuara mund të jenë njëkohësisht grupe të synuara të komunikimit tonë, por grupet e synuara nuk janë automatikisht palët e interesuara.



Kjo ka një ndikim vendimtar për aktivitetet e komunikimit: Meqenëse koordinimi i masave antikorrupsion ka nevojë për të gjithë palët e përfshira të interesit që dëshirojnë dhe bëjnë të njëjtën gjë në luftën kundër korrupsionit, komunikimi luan një rol kyç. Atij i nevojiten përpjekje të përshtatura për të shpërndarë mesazhe themelore dhe informacion për palët e interesuara (për shembull për të gjitha njësitë e zbatimit të ligjit), pasi ato duhet të kuptojnë konceptin e luftës kundër korrupsionit dhe ta mbështesin atë në mënyrë proaktive dhe me motivim. Nëse ato ngurrojnë dhe nuk janë të interesuara, përpjeket për të luftuar korrupsionin do të jenë të ulta.

<b>Në Shqipëri</b>	<b>Grupi i synuar</b>	<b>Palët e interesuara</b>	<b>Jashtë</b>	<b>Grupi i synuar</b>	<b>Palët e interesuara</b>
Anëtarët e Shoqatave	✓	✓	Donatorët ndërkombëtarë	✓	✗
Qeveria e Shqipërisë (Kryeministria / ministrinë, institucionet, drejtorinë/njësitë, organet e qeverisjes lokale (bashkitë)	✓	✓	Media ndërkombëtare	✓	✗
Media	✓	✗	Qeveritë e huaja (ministrinë, institucionet, organet drejtuese të tyre)	✓	✗
Publiku i gjerë në Shqipëri (përmes mediave)	✓	✗	Organizatave ndërkombëtare / shumëkombëshe si ILO dhe të tjerët	✓	✗
Komuniteti i biznesit	✓	✗	OSHC/OJQ Ndërkombëtare jashtë Shqipërisë	✓	✗
Organizatave Kombëtare të Shoqërisë Civile (OSHC)	✓	✗	Investitorët ndërkombëtarë në Shqipëri	✓	✗
OSHC-të Ndërkombëtare në Shqipëri	✓	✗	Të tjerë?		

## 10. Plani i Veprimit dhe i Komunikimit për vitin 2020 të MD/KKK

Për vitin 2020 Ministria e Drejtësisë/Koordinatori Kombëtar kundër Korrupsionit planifikojnë aktivitetet vijuese:

# në Planin e Veprimit	Titulli i aktivitetit
1	<b>6M I 2020</b> Takim ndërgjegjësues në Këshillin Kombëtar të Integritetit Evropian në Kuvendin e Shqipërisë
2	<b>6M I 2020</b> Takim Informues: Zhvillimi i Planeve të Integritetit në Njësitë e Vetëqeverisjes Vendore
3	<b>6M I 2020</b> Takim ndërgjegjësues: Forumi i Shoqërisë Civile Kundër Korrupsionit
4	<b>6M I 2020</b> Mëngjes Pune me Ambasadorët
5	<b>6 M I 2020</b>

	Prezantimi i Planit të Integritetit në bashkinë Elbasan
<b>6</b>	<b>6M I 2020</b> Aktivitet: Vrapo kundër Korrupsionit
<b>7</b>	<b>6 M I 2020</b> Tryezë diskutimi me organizata të biznesit (ICC Albania-MD)
<b>8</b>	<b>6M I 2020</b> Konferencë përmblylëse mbi Javën e Integritetit: Krijimin e një kulture integriteti në shoqëri dhe nxitjen e një zhvillimi të qëndrueshëm
<b>9</b>	<b>6M II 2020</b> Prezantimi i Video- Spoteve kundër korrupsionit për rritjen e ndërgjegjësimit publik

<b>10</b>	<b>6M II 2020</b> Njoftime për shtyp, Fletëpalosje dhe e-buletine Antikorrupsion
<b>11</b>	<b>6M II 2020</b> Tryezë prezantimi e Planit të Integritetit për Ministrinë e Drejtësisë
<b>12</b>	<b>6M II 2020</b> Seminar/workshop me pikat e kontaktit Anti Korrupsion në institucionet publike
<b>13</b>	<b>6M II 2020</b> Seminar/trajnim me rinj/student të fushës së ligjit dhe medias
<b>14</b>	<b>6M II 2020</b> Ditë të Hapura/ leksione të hapura në Fakultetet e Drejtësisë, universitetet publike në Shqipëri mbi korrupsionin dhe veçanërisht mbi ndryshimet që pësoi legjislacioni shqiptar në kuadër të Reformës në Drejtësi

<b>15</b>	<b>6M II 2020</b> Java e Integritetit
<b>16</b>	<b>6M II 2020</b> 9 Dhjetor: Dita Ndërkombëtare e Antikorrupsionit-Festivali i Filmit Kundër Korrupsionit 2020