



Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës
Ministarstvo Životne Sredine, Prostornog Planiranja i Infrastrukture
Ministry of Environment, Spatial Planning and Infrastructure



KËSHILLA PËR ZYRTARËT KOMUNAL TË KOMUNIKIMIT PËR LEGALIZIMIN E NDËRTIMEVE PA LEJE



TABELA E PËRMBAJTJES

I. HYRJE.....	I
a) Qëndrimet e sjelljes.....	1
b) Normat subjektive - mbështetja që i jepet familjes, shokëve dhe miqve	2
c) Kontrolli i perceptuar i sjelljes	2
d) Përqendrimi në imazh në të ardhmen.....	2
2. MESAZHET	3
2.1. Mesazhet për dobëtë	3
2.2. Përpunoni mesazhet.....	4
2.3. Faktet për t'i transmetuar	5
2.4. Raportoni për progresin	5
2.5. Ndikimi ekonomik.....	6
3. SHTRIRJA E MEDIAVE SOCIALE	7
3.1. Të kuptuarit e asaj që funksionon në Facebook.....	7
3.2. Krijimi i një fushate në mediat sociale	8
4. SUGJERIME PËR PËRMBAJTJEN.....	II
4.1. Pika alternative	13
4.2. Programi i grafikës falas.....	13

Ky dokument është përgatitur nga Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës, me mbështetjen e Programit të USAID për Qeverisje Ekonomike në Kosovë. Pikëpamjet e shprehura në këtë botim nuk i pasqyrojnë domosdo pikëpamjet e Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar apo të Qeverisë së Shteteve të Bashkuara.

I. HYRJE

Ky dokument është hartuar nga Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës (MMPHI), me mbështetjen e Programit të USAID për Qeverisje Ekonomike në Kosovë dhe ka për qëllim që zyrtarëve të komunikimit në nivel komunal t'u ndihmojë që t'i edukojnë qytetarët, t'i ndryshojë perceptimet e publikut dhe ta promovojë legalizimin e ndërtimeve pa leje (në tekstin e mëposhtëm 'legalizimi').

Ndryshimi i qëndrimeve të njerëzve dhe inkurajimi i tyre për të vepruar është sfida komunikimi më e ndërlikuar sesa dhënia e thjeshtë e informatave. Si rezultat, komunikimi efektiv për legalizimin kërkon qasje sistematike për t'i inkurajuar qytetarët që të veprojnë për të mirën e tyre në të ardhmen. Për ta bërë këtë, komunikuesit duhet ta kuptojnë Shkencën e Sjelljes së Aplikuar, që njihet edhe si sjellje e aplikuar njerëzore, normë shoqërore dhe bindje.

Njerëzit në përgjithësi janë të prirë që t'i modelojnë sjelljet që i vërejnë brenda grupit shoqëror ose miqve të tyre për ta shtuar apo ruajtur pranimin e tyre brenda atij grupi shoqëror apo atyre miqve. Ata i imitojnë dhe kopjojnë sjelljet që i vëzhgojnë në modele dhe miq, për shembull, "Njerëzit si ne e bëjnë këtë ..." apo "Fqinjët tanë e bëjnë këtë ...". Sa më afër grupit që të jetë influencersi, aq ndikim më të madh do të ketë sjellja tek individët në atë grup.

Shkenca e sjelljes së aplikuar është studimi i bindjes së nevojshme për t'i bërë njerëzit që të veprojnë. Shkenca e sjelljes, në veçanti, studion sesi emocionet, mjedisi dhe faktorët shoqërorë ndikojnë në vendimet tona. Të kuptuarit se si funksionon kjo në komunikim mund t'u ndihmojë fushatave të ndryshme komunale të komunikimit dhe është qenësore për procesin e legalizimit, sepse kemi të bëjmë me ndryshim të kulturës dhe sjelljes.

Komponentët kryesorë të Analizës së Sjelljes së Aplikuar përkufizojnë se si një individ mund të bindet për ta pasur një sjellje apo për ta kryer një veprim të caktuar. Shkenca e sjelljes së aplikuar i shqyrton:

a) Qëndrimet e sjelljes

- Kjo është përvojë pozitive.
- Ky është veprim dobiprurës për tu ndërmarrë.
- Si të zbatohet kjo në legalizim: Kjo është e dobishme për ju dhe familjen tuaj. Demonstroni që kjo është e thjeshtë dhe se stafi komunal do t'ju ndihmojë në zgjidhjen e çështjeve.



Figura 1: Angazhimi i influencersve për shtrirjen e legalizimit

b) Normat subjektive - mbështetja që i jepet familjes, shokëve dhe miqve

- Grupi juaj shoqëror e inkurajon këtë.
- Si të zbatohet kjo në legalizim: udhëheqësit, influencuesit dhe ata që i kanë legalizuar ndërtesat e tyre mund t'i inkurajojnë të tjerët në qarqet shoqërore të tyre, që ka një ndikim më të madh se mediat.

c) Kontrolli i perceptuar i sjelljes

- Njerëzit e aftë dhe të sigurt mund ta bëjnë këtë, që shpie në synimin për të vepruar.
- Tejkaloni barrierat dhe sfidat.
- Si të zbatohet kjo në legalizim: Hapat e thjeshtë të procesit të aplikimit dhe ndihma e zyrtarëve komunal janë mesazhet kryesore.

d) Përqendrimi në imazh në të ardhmen

- Njerëzit marrin vendime të informuara që janë në përputhje me qëllimet e ardhshme dhe mënyrën se si ata e shohin vetveten.
- Dobitë pozitive të ardhshme funksionojnë më mirë se ato negative.
- Si të zbatohet kjo në legalizim: ka një tendencë që të përdoren kërcënime me veprime ligjore apo gjoba, por më e fuqishme është që të tregohen dobitë për individët apo familjet.

Marrë parasysh këtë kornizë, ka një larmi mjetesh të komunikimit për t'u përdorur. Influencuesit, siç janë zyrtarët komunal të legalizimit, udhëheqësit civil dhe të lagjeve, duhet ta inkurajojnë legalizimin midis miqve dhe grupeve sociale të tyre përmes kontakteve individuale apo mediave sociale¹.

Disa aktivitete në terren për t'u marrë parasysh

- Shqyrtojeni mundësinë e krijimit të tabelave në ngjarjet kryesore në komunitet me ndonjë lider të shquar për t'u përgjigjur pyetjeve lidhur me procesin e legalizimit dhe formularët për shpërndarje.
- Shqyrtojeni mundësinë që nga ata që kanë kaluar nëpër procesin e legalizimit të kërkon që t'i ndajnë formularët me shokët apo fqinjët e afërt.
- Dëshmitë e qytetarëve janë të dobishme për ta treguar procesin dhe për të treguar se normat shoqërore ndryshojnë në dobi të legalizimit. Dëshmitë "Si e bëra unë këtë" e përshkruajnë një transaksion të suksesshëm nga pikëpamja e një individi.
- Inkurajoni ata që kanë qenë të suksesshëm gjatë procesit që të ndikojnë në rrethin e shokëve dhe fqinjëve të tyre. Kërkon nga ata që i kanë legalizuar ndërtesat e tyre që "T'u tregojnë tre miqve apo fqinjëve" për këtë.
- Bëni fotografi ose video të atyre që i kanë legalizuar ndërtesat e tyre dhe rrëfeni historitë e tyre në mediat sociale nëse dëshirojnë.

¹ Programi i USAID-it për Qeverisje Ekonomike në Kosovë i ka prodhuar në maj të vitit 2021 gjashtë reklama me dëshmi nga influencuesit dhe pronarët e legalizuar që komunat mund t'i përdorin si shembull për përmbajtjen në nivel lokal.

- Etiketat ngjitëse apo shenjat në ndërtesat e legalizuara mund ta promovojnë legalizimin në lagje.
- Postojeni një numër të atyre ndërtesave të legalizuara në komunitet, faqe të internetit, zyrë apo media sociale për ta treguar ndryshimin në norma dhe për të treguar se tani të gjithë po i legalizojnë shtëpitë e tyre.
- Theksojeni historinë e suksesit të ndonjë qyteti apo lagjeje që ka arritur numër të konsiderueshëm të ndërtesave të legalizuara/formalizuara.



Figura 2: Shtirja e mediave sociale për legalizimin tek audiencat e synuara.

2. MESAZHET

Mesazhet janë pikat kryesore të informatave që audiencia i dëgjon, kupton dhe i mban mend.

Mesazhet u përgjigjen pyetjeve kryesore që mund t'i ketë audiencia dhe, për këtë arsye, mesazhet më të mira janë konsistente dhe shpesh u referohen vlerave, fjalëve kyçe dhe shembujve të kuptueshëm. Prandaj, kur komunikoni rreth legalizimit, përmendja e qetësisë shpirtërore, trashëgimisë dhe dobive ekonomike janë vlera nëpër tërë materialin e komunikimit.

2.1. Mesazhet për dobëtë

Një mesazh pozitiv për të ardhmen është më bindës sesa një mesazh negativ për gjokat apo veprimet ligjore. Mesazhet duhet të theksojnë një të ardhme pa probleme, për t'i dhënë tërë familjes qetësi shpirtërore. Kur përpilohen mesazhet e trashëgimisë, një komponent kyç që duhet theksuar është se të moshuarit dhe të afërmit e tyre më të rinj duhet t'ua kalojnë shtëpitë e tyre gjeneratave së ardhshme pa punë të rënda me dokumente.

Motivimi për qytetarët për t'i legalizuar ndërtesat nxitet nga familja në shumicën e rasteve, pasi që shtëpitë janë pasuria më e madhe e vetme për shumë familje. Aftësia për ta zotëruar ligjërisht pronën e tyre do të thotë se ata mund t'i ushtrojnë të drejtat pronësore të tyre. Për shembull, ata mund ta përdorin atë si hipotekë për të marrë kredi kur ju nevojitet, dhe ky shërben si motiv për t'i legalizuar shtëpitë për shumë gjenerata.

Një dobi tjetër që promovohet shumë është përdorimi i shtëpisë për ngritjen e kapitalit në raste të urgjencave familjare, për kredi për shkollim apo për kredi për qëllime afariste. Kjo është e rëndësishme për shumë gjenerata të familjes dhe mund të shërbejë si nxitje për legalizim.

Dobëtë japin mesazhe të shumta dhe të fuqishme për ngjarjet familjare dhe jetësore që i inkurajojnë prindërit dhe të afërmit e rinj të tyre që të aplikojnë për legalizim. "Ju e keni ndërtuar këtë shtëpi, lërjani gjeneratës së ardhshme me mundësi, e jo me probleme" mund ta shoqërojë çdo fotografi të ndonjë ngjarjeje familjare në media sociale apo në ndonjë faqe të internetit.

Për shembull:

- Për ta vënë në cak komunikimin me prindërit, merrni parasysh mesazhet ekonomike siç është: "Përdoreni shtëpinë tuaj si hipotekë për kredi për t'u ndihmuar fëmijëve tuaj", me fotografi nga ngjarjet e ciklit jetësor që i referohen blerjes së shtëpisë, me fotografi nga martesa apo ndonjë rast i lindjes apo fotografi për kredi shkollore për diplomim.



Foto I: Rëndësia e promovimit të dobive të legalizimit për familjet.

- Në anën tjetër, kur në cak e keni komunikimin me individët më të rinj, merrni parasysh inkurajimin e tyre për t'u angazhuar me prindërit e tyre për t'i legalizuar shtëpitë e tyre me mesazhe si p.sh.: "Pyesni prindërit tuaj për legalizimin" apo përdorni citate në mediat sociale si p.sh.: "Ne do t'i paguajmë tarifat e legalizimit për prindërit tanë, në mënyrë që ata të kenë qetësi shpirtërore dhe të flenë rehat".
- Filmojeni ndonjë dëshmi nga ndonjë person i ri për përpjekjet e tyre për t'u angazhuar me nënën dhe babanë për ta legalizuar ndërtesën.
- Ndonjë bankier mund ta tregojë ndonjë histori se si një shtëpi duhet të ketë dokumente të pronësisë (d.m.th. të legalizohet) për të marrë kredi. Kjo nuk është reklamë, por postim, prandaj sigurohuni që të mos ketë logo apo identifikim të bankës.

2.2. Përpunoni mesazhet

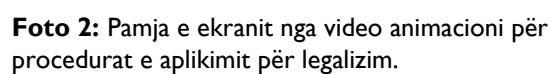
Promovojeni shërbimin e komunikimit të stafit ndihmës komunal. Disa njerëz mund të kenë pasur përvoja negative me burokracinë qeveritare në të kaluarën. Tregojuni atyre se ekziston një fytyrë miqësore që do t'u ndihmojë gjatë këtij procesi. Kjo qasje e orientuar kah shërbimi ka ndikim përtej fushatës së legalizimit dhe mund t'i ndryshojë pikëpamjet për shërbimet komunale.

Për shembull:

- Bëjeni një fotografi të stafit miqësor dhe të buzëqeshur të linjës së parë me sloganin: "Të gatshëm për t'ju ndihmuar që ta legalizoni ndërtesën tuaj".
- Krijoni një video të shkurtër me një zyrtar komunal të linjës së parë për legalizim që ndihmon rreth legalizimit. Ky duhet të jetë person miqësor që flet për shërbimin e tyre ndaj fqinjëve dhe për frymën e zgjidhjes së problemeve që ata e sjellin në punë. "Unë jam Shpresa në zyrën e legalizimit. Puna ime është që t'u ndihmoj njerëzve me çështjet e legalizimit të objekteve të tyre. Më pëlqen shumë zgjidhja e problemeve dhe kur e shoh lehtësimin që e përjetojnë qytetarët kur i legalizojnë shtëpitë e tyre. Kjo është më shumë se një punë për mua. Unë mendoj se është shërbim për fqinjët dhe komunitetin tim. Ejani na shihni në zyrën e legalizimit, dhe ne do t'ju ndihmojmë".

Krijoni pritshmëri për kohën që nevojitet për t'i proceduar kërkesat për legalizim. Kjo mund të jetë një shenjë në zyrë për të pritur dy muaj ose për t'ua caktuar njerëzve vendin e tyre në radhë duke u treguar se janë të dymbëdhjetit me rend për t'u proceduar. Për komunat më të mëdha, konsideroni përgjigjet standarde përmes telefonit apo postës elektronike. Merrni parasysh përditësimet nëse puna me legalizim shkon ngadalë, "Për shkak aplikimeve të shumta, aplikimi juaj është në shqyrtim

Shpesh ndonjë zyrë qeveritare apo komunale e promovon ndonjë numër telefoni, adresë zyre apo faqe të internetit dhe shpejt mbingarkohet nga qytetarët. Nëse zyra nuk mund të përballet me telefonatat apo vizitorët, zgjidheni metodën e kontaktimit që funksionon më mirë për stafin tuaj dhe promovojeni këtë në materialet dhe përmbajtjet në internet dhe jashtë internetit. Si mundet të merret komuna më së miri me ndonjë vëllim të madh të kërkesave? Duke i orientuar njerëzit kah metoda më e mirë e kontaktimit me staf të përshtatshëm për të siguruar që ndërveprimet midis qytetarëve



Është e rëndësishme që procesin ta transmetoni në një mënyrë të thjeshtuar dhe t'i shmangeni gjuhës ligjore, politike apo burokratike kur flisni me qytetarët apo mediat. Për këtë nga komunikuesit mund të kërkohet që t'i stërvitin zëdhënësit që janë ekspertë dhe t'i bëjnë ata që ta thjeshtojnë terminologjinë që përdoret kur komunikohet me publikun. Një proces i thjeshtë dhe i lehtë me ndihmën e stafit komunal është faktor i rëndësishëm për motivimin e qytetarëve për ta legalizuar pronën e tyre.

- Është esenciale që ky të transmetohet si shërbim komunal për të cilin nevojiten katër formularë, duke përfshirë një vizitë nga gjeodeti. Huazoni formulimet nga shembujt e vazhdueshëm të mediave sociale për legalizimin, për t'i përforcuar këto mesazhe jashtë internetit dhe përmes liderëve të opinionit.

Aplikacioni për regjistrimin e lëndëve në procesin e legalizimit (ARLPL) është mjet elektronik që komunat e përdorin për ta regjistruar numrin e aplikimeve të pranuar për legalizim, numrin e certifikatave të legalizimit që janë lëshuar, numrin e vendimeve në listë të pritjes dhe numrin e ndërtimeve të regjistruara në Kadastër. Aplikacioni gjithashtu nxjerr raporte statistikore në kohë reale për progresin e legalizimit në nivel komunal dhe kombëtar, duke e mundur monitorimin e vazhdueshëm të progresit, efikasitetit dhe efektivitetit. Duke u bazuar në këto raporte, komunikuesit mund të hartojnë publikime/postime për progresin e legalizimit.

- Zyrtarët e komunikimit, në bashkërendim me Drejtoritë përkatëse të Urbanizmit në secilën komunë, mund të publikojnë të arritura si “1000 certifikata të legalizimit të lëshuara” për të treguar se normat kanë ndryshuar dhe se ndonjë fqinj e ka legalizuar ndërtesën e tij. Kjo mund të bëhet me ndonjë reklamë me tekst, me ndonjë fotografi të shtëpisë apo individit që

ka qenë i 100-ti, i 500-ti apo i 1000-ti që e ka legalizuar pronën e tij. Kjo gjithashtu mund të jetë edhe ndonjë fotografi e zyrtarëve komunal duke i festuar këto të arritura.

2.5. Ndikimi ekonomik

Në nivel të komunitetit, pronat e legalizuara e rrisin vlerën e përgjithshme të pronave në zonë dhe ofrojnë mundësi ekonomike në të gjitha komunitetet.

Ky diskutim mund të thjeshtohet për banorët, të cilët mund të krenohen me komunitetin e tyre që i ka legalizuar 100 prona me një vlerë të parashikuar të tregut prej (numri) eurosh.

Ky proces rezulton në formalizimin e pronës që aktualisht është në ekonominë nën hije. Ai gjithashtu e mundëson zhbllokimin e resurseve për zhvillim ekonomik dhe taksimin efektiv mbi pronën.



Foto 3: Pamja e ekranit nga video animacioni për ndikimin ekonomik të legalizimit.

Vlera e parashikuar e tregut llogaritet duke e mbledhur numrin e përgjithshëm të metrave katrorë të ndërtesave të formalizuara për zonën e vlerës kadastrale në komunë dhe duke e shumëzuar atë me numrin e metrave katrorë të njërive të veçanta të formalizuara në atë zonë.

Formula që përdoret për llogaritjen e vlerës së parashikuar të tregut për ndërtesat e formalizuara është:

$$\text{Gjithsej vlera e parashikuar e tregut} = \sum_{\text{Zona 1}}^{\text{Zona n}} \left(\text{Gjithsej sipërfaqja e ndërtesave të legalizuara për zonë} \times \text{X (Zona korresponduese e vlerës për metër katror)} \right)$$

Burimi i të dhënave për metrat katrorë të ndërtesave të legalizuara në komuna mund të nxirret nga ARLPL. Vlerat e tregut për zonë kadastrale mund të merren nga zonat e Vlerësimit të Masës së Patundshmërive/Vlerës nga Ministria e Financave, Punës dhe Transfereve (të cilat shërbejnë si bazë për llogaritjen e tatimit në pronë)².

Zyrtarët qeveritarë, ekonomistët dhe bankierët do ta kenë një pasqyrë më të hollësishme të mundësive ekonomike që i sjell legalizimi, ndërsa me ta mund të ndahen informata dhe analiza më të detajuara.

² Vlerësimi i Ministrisë së Financave, Punës dhe Transfereve për pronat në Prishtinë: <https://tatimineprone-rks.org/wp-content/uploads/2020/01/Prishtin%C3%AB-RVP-p%C3%ABr-Objekte-Rezidenciale-2019.pdf>

Më poshtë është një shembull se si mund të komunikohen rezultatet:

Gjendja më 30 prill 2021

	Komuna
Numri i aplikimeve	2114
Numri i aplikimeve aktualisht në shqyrtim	967
Numri i vendimeve për listën e pritjes	433
Numri i vendimeve për listën e rrënimit	0
Numri i vendimeve për certifikatë të legalizimit	714
Numri i ndërtesave me certifikatë të legalizimit të regjistruara në Kadastër	507
Vlera e parashikuar e tregut e ndërtesave të formalizuara në komunë	nga 81.1 deri në 108.3 milionë euro

3. SHTRIRJA E MEDIAVE SOCIALE

Mediat sociale arrijnë tek ndjekësit në faqen përkatëse të komunës, por edhe ua mundësojnë grupeve, njerëzve dhe organizatave të tjera të interesuara që të ripostojnë përmbajtje të legalizimit për ndjekësit apo miqtë e tyre. Nëse krijoni faqe të legalizimit në faqen e internetit të komunës suaj, ju mund të lidheni me atë faqe dhe me të gjitha postimet e juaja në Facebook dhe Twitter, që ndihmon në nxitjen e trafikut në atë faqe të internetit.

3.1. Të kuptuarit e asaj që funksionon në Facebook

Çdo komunitet është i ndryshëm, ndërsa postimet e mëparshme të popullarizuara ofrojnë mënyrë për të marrë vendime strategjike për atë se çfarë të postohet me radhë. Për shembull, nëse ndjekësit i pëlqejnë postimet që i nxjerrin në pah pronarët e ndërtesave të legalizuara, ndani më shumë ato.

Për t'i shqyrtuar postimet që kanë më shumë pëlqime, ndjekës dhe komente:

- Shkoni tek "të gjitha postimet e publikuara" të grupit komunal në Facebook, ku tregohen postimet e pëlqyera dhe të ndara. Një rishikim i postimeve të popullarizuara do t'ju ndihmojë që të kuptoni se çfarë funksionon në kuptim të preferencave të ndjekësve sa u përket mesazheve, kohës dhe llojit të përmbajtjes (imazh, video apo tekst).
- Kjo mund të testohet më tej me audienca të ndryshme përmes testimit A/B për disa euro për t'u dhënë shtysë postimeve të popullarizuara si dhe për të siguruar shtrirje më të gjerë dhe analiza më të qëndrueshme.



Figura 3: Mediat sociale si kanal jetik i komunikimit.

Ripostimi në burimet e tjera është jetik për shtrirjen, por mos supozoni automatikisht se dikush do ta ndajë ndonjë video pa iu kërkuar kjo. Prandaj, është thelbësore që t'u dërgoni mesazhe

organizatave dhe grupeve me ndikim dhe që të kërkonin nga to që ta ripostojnë përmbajtjen tuaj në faqet e tyre në Facebook.

Videot janë më të mirat për tu ndarë, kështu që konsiderojeni ndarjen e videos në internet përmes postës elektronike apo veçorive të mesazheve. Kërkonin nga kontaktet e juaja në grupet e biznesit, të qytetarëve, të ndërtimit dhe të bankave që ta postojnë videon në mediat sociale apo ta fusin linkun në faqen e tyre të internetit.

Hashtag-ët janë po ashtu relevantë, meqë njerëzit në internet dhe në media sociale kërkojnë përmbajtje specifike për nevojat e tyre. Merrni parasysh fjalët kyçe kryesore që e përshkruajnë çështjen dhe fjalët e sakta që e përshkruajnë temën, si p.sh.: #legalizondërtesëntënde.

3.2. Krijimi i një fushate në mediat sociale

Fillojeni fushatën tuaj me një prezantim të thjeshtë të çështjes dhe të rëndësisë së saj e më pas kaloni tek shpjegimi i procesit, përqendrohuni në normat shoqërore dhe promovimin e njerëzve që i legalizojnë shtëpitë e tyre.

Përsëritja e mesazhit është esenciale. Shkenca shoqërore thotë se duhen 7-14 kontakte përmes mesazheve që njerëzit ta përpunojnë dhe mbajnë mend një mesazh. Për këtë arsye, planifikoni që të postoni dy herë në javë për një trumbetim të qëndrueshëm të përmbajtjes për ta krijuar përsëritjen, në mënyrë që njerëzit të dinë për legalizimin.

Shpesh, ne mendojmë për reklamat e kompanive të telefonisë mobile, pijeve freskuese dhe ushqimeve, të cilat përsëriten vazhdimisht, madje shumë kohë pasi audienca të ketë mësuar për produktin. Përsëritja ndihmon në shitjen e këtyre produkteve, ndërsa e njëjta funksionon për komunikatat e komunës. Përmbajtja duhet të ketë vlerë për audiencën, si lajm, ndikim apo rezultat që njerëzit duan apo kanë nevojë ta dinë. Përmbajtja që nuk është tërheqëse apo që nuk mund të thjeshtohet për mediat sociale vendin e ka në ndonjë deklaratë për shtyp apo si përmbajtje në faqe të internetit.

Përderisa ekziston një tendencë për të postuar për aktivitetet e lidërshit komunal, përmbajtja tërheqëse për njerëzit e zakonshëm është më e mirë për rritje të shikimeve dhe për ta demonstruar kredibilitetin e komunës duke u lidhur me banorët e saj.

Telefonat mobilë tani janë më të avancuar se shumë kamera lajmesh që barten në krahë. Për videot e thjeshta nevojitet një telefon, një vendndodhje në natyrë me një lokacion të markuar nga komuna dhe pak orientim për pikat kryesore për t'u trajtuar. Shumë shikues zmbrapsen në tre sekondat e para, kështu që një fillim me një mesazh të fortë, profil bindës, rezultate, ndikime, sekuenca interesante apo paraqitje të problemeve të zgjidhura është mënyrë e duhur për të tërhequr vëmendje. Videoja duhet të jetë mjaft e shkurtër për t'u postuar në Facebook, Instagram dhe në platforma të tjera.

3.3. Postimi i orarit në mediat sociale

Përpilimi i një kalendari për postimet në mediat sociale kursen kohë. Ai po ashtu ia ofron një mundësi individit apo grupit vendimmarrës që të rishikojë metrikën, t'i kuptojë ndjekësit dhe të marrë vendime më të informuara. Duhet të ketë kufizime sa i përket nevojës për aprovim, ndërsa shumë postime mund të krijohen shumë kohë përpara fushatës. Ndonjëherë menaxherët e mediave sociale përdorin një kalendar në Excel për të siguruar regjistrim të avancuar.

Tabela e mëposhtme është shembull i kalendarit të mediave sociale. Mesazhet e tabelës janë të numëruara, ndërsa ka një përshkrim të mëtejshëm të secilës reklamë, në mënyrë që ta shfaqni dhe ta merrni aprovimin nga udhëheqja komunale për këtë përmbajtje. Ky është lloji i produktit që komunikuesit ia sjellin udhëheqjes komunale për t'u regjistruar për reklamat, mesazhet dhe kohën. Koha e postimit varet nga komuniteti dhe audienca e juaj, por ka një përpjekje në këtë orar për të postuar të paktën dy herë në javë.

Published Expired Expiring						
Video Type: Videos All time: Jan 1, 2009 – Apr 8, 2021 Filters Search						
Post	3-Second Vide...	1-Minute Vide...	Impressions	People Reached	Engagement	Link Clicks
☐  Kurrë ska me qenë më lehtë për apliki... Komuna e Prishtinës	275,847	12,312	752,714	194,605	1,609	3,473
☐  Pse duhesh të aplikosh për ta legalizu... Komuna e Prishtinës	118,499	2,809	284,230	87,313	206	1,226
☐  Si të aplikoni për legalizim të ndërtim... Komuna e Prishtinës	157,278	5,212	442,392	143,764	768	2,976
☐  Armend Rexhepagiqi - EDHE NJË HER... Komuna e Prishtinës	8,682	1,068	30,118	27,963	871	71

Foto 4: Pamja e ekranit nga paraqitjet në mediat sociale ku shfaqen video të postuara.

Lloji i përmbajtjes	Mesazhi	Koha e postimit
Java 1		
Videoja	1) Kryetari i Komunës ose Drejtori i Urbanizmit - ky është shërbim që ne e ofrojmë për ju, familjen tuaj dhe komunitetin tonë.	08:00 Të hënën
Videoja e komunës e ndarë nga komunat e tjera	2) Kjo është në gjuhën shqipe dhe në atë serbe; në përmbyllje sugjerohet kontaktimi me komunën.	10:00 Të mërkurën
Java 2		
Imazh, zyrtari komunal për legalizim	3) Zyrtarët komunal për legalizim janë këtu për të ndihmuar; na kontaktoni.	09:00 Të hënën
Videoja	4) Dëshmia e zyrtarit komunal për legalizim	10:00 Të mërkurën
Java 3		
Reklamë me imazh, fotografi	5) Foto ilustrim i gjeodetit - "Përdoreni imazhin e një gjeodeti si shembull dhe ftoni qytetarët që të aplikojnë për legalizim". Gjeodetët mund t'ju ndihmojnë me legalizim. "	10:00 Të hënën
Imazh	6) Reklamë me tekst me çmimoren e rregulluar nga AKK-ja	10:00 Të enjten
Videoja	7) Dëshmia (lokale): "Kjo ishte e lehtë për t'u legalizuar".	09:00 Të premten
Java 4		
Videoja	8) Personi me ndikim lokal - tri arsye për të legalizuar	09:00 Të hënën
Java 5		
Imazh	9) Më shumë fqinjë që i legalizojnë shtëpitë e tyre	10:00 Të mërkurën
Imazh	10) Pyeteni nënën dhe babanë nëse kanë nevojë për ndihmë për ta legalizuar shtëpinë	09:00 Të premten
Java 6		
Videoja	11) Bankieri që e rrëfen historinë e kredisë	09:00 Të hënën
Imazh	12) Fotografi familjare në shtëpinë e legalizuar	09:00 Të premten
Java 7		
Videoja	13) Kryetari i komunës flet për progresin, ndikimin ekonomik	09:00 Të hënën
Imazh	14) Qetësia shpirtërore për nënën dhe babanë	09:00 Të mërkurën
Imazh	15) Pse të veproni tani?	09:00 Të premten

4. SUGJERIME PËR PËRMBAJTJEN

Kur i përdorni citatet, citati i saktë apo ai që e hartoni për ta, duhet të merrni lejen nga personi në fjalë. Sa u përket fotografive apo xhirimeve, problemet e mundshme në të ardhmen mund të evitohen duke ia treguar produktin final personit në fjalë dhe duke marrë leje për këtë përmes një letre të pëlqimit të nënshkruar nga ai.

Përshkrimet e mëposhtme përputhen me numrin në kalendarin e mësipërm të mediave sociale.

1) Mesazhi i Kryetarit të Komunës (ose Drejtorit të Urbanizmit) - “Ndër vite, një numër i konsiderueshëm i ndërtesave në komunën tonë janë ndërtuar pa leje. Kjo po ndryshon, ndërsa ne jemi aktualisht në proces të legalizimit të ndërtimeve pa leje në komunën tonë. Kemi mundësuar proces të thjeshtë dhe tarifa të ulëta në mënyrë që të gjithë t’i legalizojnë ndërtimet e tyre. Po e shohim se numrat po rriten çdo ditë. Kjo i sjell dobi familjes suaj në mënyra të ndryshme. Ju sjellë qetësi shpirtërore dhe ju mundëson që ndërtesën ta përdorni si hipotekë për ndonjë kredi bankare. Të gjithë në komunë janë këtu për t’ju ndihmuar. Vizitoni faqen tonë të internetit për të mësuar më shumë”.

2) Videoja me aktorë - Një video me aktorë është mënyrë e mirë për të arritur tek njerëzit dhe për t’i informuar ata për hapat qenësor të aplikimit/procesit të legalizimit. Sigurohuni që ta zgjidhni mënyrën më të mirë për të kontaktuar me komunën tuaj në postim. Kjo do të ishte një video e shkëlqyeshme për të kërkuar nga qytetarët që ta ripostojnë atë në grupet e tyre në Facebook. Kërkojeni këtë nga ta në mesazhe: "Legalizimi është shumë i rëndësishëm për ndjekësit tuaj. Ju lutemi ripostojeni këtë. "Meqë rregullat dhe procedurat e aplikimit për legalizim janë të njëjta në të gjitha komunat, një video e ngjashme e prodhuar nga komuna e Prishtinës ku shpjegohen procedurat dhe dobitë e aplikimit për legalizim mund të ndahet edhe nga komunat e tjera.

3) Reklama me fotografi nga zyra komunale - Një fotografi në grup e stafit komunal për legalizim apo e një qytetari që punon me një zyrtar komunal për legalizim e ofron një mënyrë për t’i mirëpritur njerëzit në zyrë. Bëjeni një fotografi të stafit apo të stafit me qytetarë dhe postojeni: "Jemi këtu për t’ju ndihmuar që ta legalizoni shtëpinë tuaj".

4) Dëshmia e zyrtarit/ës së komunës - Besimi në qeverinë komunale mund të shfrytëzohet për ta inkurajuar aplikimin. “Unë jam Shpresa pranë zyrës për legalizim. Puna ime është që t’u ndihmoj njerëzve me çështjet e legalizimit të pronës së tyre. Vërtetë më pëlqen të zgjidh probleme dhe kur e shoh lehtësimin e qytetarëve kur i legalizojnë objektet e tyre. Kjo është më shumë se një punë për mua. Unë mendoj se është shërbim për fqinjët dhe komunitetin tim. Ejani na shihni në zyrën e legalizimit, dhe ne do t’ju ndihmojmë”.

5) Foto ilustrim i gjeodetit - “Përdoren ndonjë imazh të ndonjë gjeodeti si shembull dhe ftoni qytetarët që të aplikojnë për legalizim”. Gjeodetët mund t’ju ndihmojnë me legalizim.

6) Çmimorja e gjeodetit - Publikimi i çmimoreve mund t’u ndihmojë njerëzve që t’i tejkalojnë shqetësimet e tyre se kjo do t’u kushtojë më shumë.



7) Fotografitë e qytetarëve që i kanë legalizuar ndërtesat e tyre - Pamjet mund të merren në zyrat e komunës me lejen e pjesëmarrësve. Inkurajohen stafin që të kërkojnë të bëjnë fotografi të atyre që janë miqësorë në zyra.

8) Njerëzit lokal me ndikim - Njerëzit lokal me ndikim mund t'i përmendin tri deri në pesë arsye për të kryer legalizimin. Këtu duhet të përmenden dobritë e tyre dhe kjo duhet të jetë histori personale. Ka mundësi të shumta për ta bërë këtë me shumë njerëz me ndikim. Ndonjë udhëheqës i ndonjë biznesi lokal mund të flasë për domethënien e kësaj për shitjen e patundshmërive dhe krijimin e kapitalit. Ndonjë udhëheqës i ndonjë organizate të bamirësisë mund të flasë për mënyrën se si kjo u ndihmon familjeve që të kenë qasje në kapital i cili mund t'ju duhet për urgjencë, avancim të familjes apo biznese të vogla.

9) Më shumë fqinj që i legalizojnë shtëpitë - Numrat e legalizimit ose një varg fotografish të ndërtimeve të legalizuara janë të rëndësishme për të treguar se normat shoqërore kanë ndryshuar drejt legalizimit. Prezantimi infografik mund të bëhet përmes përqindjeve apo numrave aktual. Theksojeni historinë e suksesit të ndonjë qyteti apo lagjeje që ka arritur numër të konsiderueshëm të ndërtesave të legalizuara/formalizuara.

10) Synoni anëtarët e familjes në diasporë - Anëtarët e familjes në diasporë që kthehen gjatë verës mund të jenë një cak i rëndësishëm për këtë komunikim. Ky është mesazh universal për fëmijët e rritur brenda dhe jashtë vendit. Inkurajoni ata që ta pyesin nënën dhe babanë nëse kanë nevojë për ndihmë me legalizimin.

11) Përfshini organizatat e tjera - Ky mund të jetë ndonjë bankier që flet për rëndësinë e legalizimit të shtëpive për kredi. Një histori (pa emra) e dikujt që ka qenë pronar i ndonjë shtëpie, që ka dashur të marrë kredi, por që është refuzuar, sepse shtëpia është ndërtuar pa leje, është komunikatë e rëndësishme. Ky lloj mesazhi është i përshtatshëm për ata që nuk kanë nevojë për kredi tani, por që mund ta paramendojnë se mund të kenë nevojë për kredi në të ardhmen.

12) Foto familjare në shtëpinë e legalizuar - Fotografitë e atyre që kanë kaluar nëpër proces, duke qëndruar para shtëpisë së tyre, janë të popullarizuara për t'u lidhur me miqtë e njerëzve të etiketuar dhe me ndonjë audiencë më të madhe.

13) Kryetari ose Drejtori i Urbanizmit flet për ndikimin ekonomik - Gjatë tërë fushatës, ndihmon për ta treguar numrin e ndërtesave të legalizuara dhe për ta trajtuar ndikimin në komunitet për kapitalin që ua siguron familjeve individuale dhe komunitetit në përgjithësi. Më së miri është që këtë ta bëjë kryetari i komunës apo ndonjë lider qeveritar.

14) Qetësia shpirtërore për nënën (ose babanë) - Të rinjtë me prindër të moshuar ka të ngjarë që të duan t'u ndihmojnë prindërve gjatë punës me dokumente dhe financa. Kjo mund të shprehet ose në ndonjë video, ose në ndonjë imazh dhe mund të jetë fotografi familjare apo fotografi e ndonjërit prind që rri ulur në shtëpinë e tij. Teksti i reklamës mund të përqendrohet në ndihmën



Figura 4: Ilustrimi i një familjeje para shtëpisë së legalizuar

që u ofrohet prindërve gjatë legalizimit dhe eliminimin e barrierave për një proces të qartë të trashëgimisë në të ardhmen.

15) Pse të veproni tani? - Deri në fund të fushatës, ata që u përmbahen rregullave me gjasë do të legalizohen. Të tjerët mund ta kenë një qasje ndaj legalizimit duke pritur dhe parë se çfarë po ndodhë. Kjo ndihmon në krijimin e një ndjenje të urgjencës rreth kësaj dhe në shtimin e numrit të atyre që i legalizojnë shtëpitë e tyre. Identifikojeni dobinë e veprimit, përfshirë planin kohor të paqartë dhe faktin se koha e pritjes është më e shkurtër.

4.1. Pika alternative

Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës dhe Komuna e Prishtinës dhe ajo e Graçanicës, me mbështetjen e Programit të USAID-it për Qeverisje Ekonomike në Kosovë, kanë prodhuar shumë reklama në kuadër të Fushatës Motivuese për Legalizimin, të cilat mund të përdoren pas konsultimeve me komunat përkatëse. Vendasit janë influencues më të mirë për ndryshimin e normave shoqërore, por disa nga këto materiale të mediave sociale ofrojnë alternativë nëse zyra e komunikimit është e mbingarkuar dhe ka nevojë për ndonjë postim.

- Dy reklama të animuara e shpjegojnë procedurën dhe dobitë e procedurës së legalizimit për qytetarët³⁴,
- Dy video me aktorë (në gjuhën shqipe dhe serbe) që i inkurajojnë qytetarët që të aplikojnë duke e shfaqur shembullin e procedurave të thjeshtuara të aplikimit për legalizim nga jeta reale⁵⁶,
- Tri histori personale me njerëz që i kanë legalizuar shtëpitë e tyre në Prishtinë dhe Graçanicë,⁷⁸⁹
- Tri histori të influencuesve nga Prishtina dhe Graçanica,¹⁰¹¹¹²
- Gjashtë video të shkurtra (formati pyetje dhe përgjigje) me zyrtarë të QK-së nga Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës.¹³¹⁴¹⁵¹⁶¹⁷¹⁸

4.2. Programi i grafikës falas

Ka shumë programe të dizajnit grafik falas që nuk kërkojnë shumë përpjekje për t'u zotëruar dhe të cilat mund të gjenden lehtësisht duke kërkuar në Google me fjalët kyçe si 'free online graphic design software'.

³ Videoanimacioni 1: <https://www.facebook.com/703451626366730/videos/523288085303516>

⁴ Videoanimacioni 2: <https://www.facebook.com/703451626366730/videos/3886618294755393>

⁵ Videoja me aktorë, Prishtinë: <https://www.facebook.com/703451626366730/videos/133824401981598>

⁶ Videoja me aktorë, Graçanicë: <https://www.facebook.com/125034000887110/videos/162913108895261>

⁷ Mrika Vraniqi, Prishtinë: <https://www.facebook.com/703451626366730/videos/468920227761578>

⁸ Sheqer Ukaj, Prishtinë: <https://www.facebook.com/703451626366730/videos/904589003442665>

⁹ Tomislav Cetkovic, Graçanicë: <https://www.facebook.com/125034000887110/videos/263986138741839>

¹⁰ Influencuesi nga Prishtina, Idriz Zhinipotoku: <https://fb.watch/7903rj1l1cq/>

¹¹ Influencuesi nga Prishtina, Agim Ropica: <https://fb.watch/7906ulSdGP/>

¹² Influencuesi nga Graçanica, Stefan Milić: <https://fb.watch/790vee2go3/>

¹³ Videoja 1: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/6QUV6wWQ5A/>

¹⁴ Videoja 2: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/6QV3LMG4zA/>

¹⁵ Videoja 3: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/6QVaSs76uz/>

¹⁶ Videoja 4: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/v12VTh7xy7M/>

¹⁷ Videoja 5: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/78-mPJVU2v/>

¹⁸ Videoja 6: Pyetje dhe përgjigje: <https://fb.watch/78-qdmRB67/>

Për më tepër, meqë tema e legalizimit i ka ngjyrat e markës së vet dhe për të mbetur konsistente dhe e dukshme për audiencën, dy kodet e ngjyrave kryesore, si dhe disa ngjyra alternative, që zakonisht përdoren kur hartohet ndonjë material i shtypur apo vizual lidhur me legalizimin, janë renditur më poshtë.



RGB: 130 | 184 | 64 or HEX: #82B840

RGB: 35 | 84 | 101 or HEX: #235465

RGB: 199 | 208 | 216 or HEX: #c7D0D8



RGB: 255 | 222 | 89 or HEX: #FFDE59

RGB: 16 | 155 | 72 or HEX: #109B48

RGB: 24 | 54 | 128 or HEX: #183680



Mbështetur nga:

USAID
NGA POPULLI AMERIKAN
OD AMERIČKOG NARODA