

# Komunikimi me Publikun

Dr. Elaine Kamarck  
Për Qeverinë Shqiptare  
Nëntor, 2013

# Pesë veçori të një komunikuesi të mirë

- 1) Besueshmëri – duhet të jesh i drejtpërdrejtë dhe i besueshëm
- 2) Sinqeritet – duhet të jesh në gjendje të pranosh dobësitë kur diçka nuk shkon mirë
- 3) Qartësia – duhet të jesh sa më i qartë të jetë e mundur, sidomos kur komunikon me qeverinë
- 4) Mirëkuptim – mundohu të kuptosh tjetrin duke parë dhe anën tjetër të medaljes
- 5) Angazhim – dedikoji kohë komunikimit të qartë dhe autenik
  
- (Marrë nga intervista me z. Mike Mc.Curry, ish sekretar i shtypit i Presidentit Clinton)

# Të kuptosh gazetarët...

- Në një shoqëri të lirë gazetarët kanë punë për të bërë.
- Një punonjës i aftë shtypi është në gjendje të mendojë si një gazetar.
- Një gazetar vendos gjithmonë historinë në plan të parë, ashtu sikurse dhe botuesi.
- Një gazetar kërkon të gjejë një këndvështrim të ri për çdo histori.
- Një profesionist i mirë komunikimi ndihmon gazetarët që të bëjnë punën e tyre duke transmetuar historinë e tij.

# Një komunikim i mirë shtypi duhet...

- 1) Të tërheqë vëmendjen me një titull të mirë
  - 2) Të shkojë në thelbin e çështjes që në paragrafin e parë – kush, çfarë, kur, ku dhe pse – jo më shumë se 40 fjalë.
  - 3) Të përfshijë numra të besueshëm, të verifikueshëm.
  - 4) Të sjellë një citim nga zyrtari përkatës qeveritar.
  - 5) Të jetë i shkruar qartë dhe duke përdorur një zhargon qeveritar minimal.
  - 6) Të përfshijë informacionet e kontaktit të sekretarit të shtypit.
  - 7) Të jetë i shkurtër – një faqe
- 8) T'u tregojë njerëzve mënyrat se si mund të marrin më shumë informacion
- (adaptuar dhe shtuar sipas: Zach Cutler, “8 tips for writing a great press release” Huffington post, 13 Nëntor, 2012)

# Zhvillimi i një Strategjie Komunikimi për qeverinë e re

- Krijoni një grup pune të përbërë nga Drejtori i Zyrës së Informacionit të Kryeministrit ose nga sekretari i shtypit dhe nga sekretarët e shtypit në çdo ministri.
- Identifikoni qëllimet që doni t'i komunikoni publikut gjatë vitit të parë të qeverisjes. P.sh., ulja e korrupsionit, progresi drejt anëtarësimit në BE, etj.
- Identifikoni të dhënat dhe aktivitetet kryesore të muajve të ardhshëm për të cilët do jetë e nevojshme të jepet mesazh.
- Sigurohuni që grupi të takohet përditë – ndoshta dhe nëpërmjet konferencës telefonike. Takimi nuk duhet të zgjasë shumë – ndoshta 30 minuta.

# Në Mediat të përfshihen...

- Rrjetet sociale: Facebook, Twitter, etj.
  - Televizioni
  - Radio
  - Gazetat
- 
- Gjithë mesazhet duhet të jenë koherentë në të gjitha burimet e mediave.

# Telefonata e përditshme në lidhje me komunikimin për mediat:

- Kërkoni lajme të mira.
  - Drjetori i zyrës së informacionit të çdo Ministrie duket të mundohet të paraqesë lajme të mira dhe të bazuara.
  - P.sh.: numri i fëmijëve të vaksinuar këtë vit u rrit 15%.
- Parandalimi i problemeve.
  - Zakonisht ky rregull quhet “asnjë e papritur”. Sigurohuni që gjërat që nuk shkojnë siç duhet të sillen në tavolinë.
  - P.sh., tre shkolla të një zone duhen mbyllur për shkak të defektit në linjën elektrike.
  - Nëse e dini që një gjë e tillë do ndodhë, sigurohuni që të keni një plan për të përballuar situatën dhe ta komunikoni atë në të njëjtën kohë që do komunikoni mbylljen e shkollave.

# Komunikimi i Lajmeve të Mira

- Për një qeveri që është duke u përpjekur të bëjë reforma, është shumë e rëndësishme të komunikojë lajme të mira.
- Lajmet e mira ndihmojnë për të komunikuar me dy lloje audiencash:
  - Publiku. Sigurisht që ky duhet të vihet vazhdimisht në dijeni për arritjet e qeverisë. Është e rëndësishme që progresi të vihet në pah. POR progresi duhet të jetë real dhe i dukshëm tek njerëzit – përndryshe do të ushqejë kritika dhe pakënaqësi.
  - Pjesë të tjera të Qeverisë. Kjo gjë kuptohet më pak. Në çdo përpjekje reforme, mënyra më e mirë për të komunikuar nevojën dhe aftësinë për të ndryshuar është reklamimi i suksesshëm i reformave në një Ministri, me qëllim që Ministritë e tjera të marrin ide se çfarë duhet të bëjnë.

# Historitë e suksesit të 100 ditëve

- Çdo ministrie do i kërkohet t'i paraqesë zyrës së komunikimit 'historinë e suksesit' të 100 ditëve
- Mund të dorëzoni sa histori të doni!

## QEVERIA SHQIPTARE | HISTORIA E SUKSESIT TË MINISTRIVE

*Këto histori do të regjistrohen në një broshurë për Kryeministrin dhe Këshillin e Ministrave, si edhe do të përdoren online për të promovuar planin 100-ditësh. Paraqiteni për 4 javët e para dhe pastaj çdo javë deri në fund të vitit. Gjithashtu, çdo Ministri duhet t'a paraqesë atë për institucionet në Vartësi. Duhet të ketë të paktën një histori suksesi çdo ditë. Broshura do paraqitet çdo javë ditën e premte. Historitë më të suksesshme do të marrin përgëzimet e Kryeministrit në një ceremoni në fund të 100 ditëve.*

DATA:	
MINISTRIA / INSTITUCIONI:	
AKTIVITETI:	

### TITULLI I HISTORISË SË SUKSESIT:

*Ju lutem shkruani një titull të shkurtër me jo më shumë se 10 fjalë*

### PËRMBLEDHJE E HISTORISË (JO MË SHUMË SE 200 FJALË):

*Ju lutem jepni informacion në lidhje me personat që ndihmuan, problemin që u zgjdh, politikën e zbatuar ose premtimin e mbajtur ose të dhënë. Sa here që të jetë e mundur, ju lutem sillni citime nga persona realë ose nga artikuj gazetash.*

### PASQYRIMI NË SHTYP:

# Komunikimi i Lajmeve të Këqija

- Lajmet e këqija janë pjesë e paevitueshme e çdo qeverie.
- Por të mundohesh t'i mohosh ato ose të gënjesh rreth tyre do të thotë të përkeqësosh situatën. Besimi i qeverisë tek publiku do bjerë.
- Ja disa këshilla të marra nga libri i Lanny J. Davis *Crisis Tales* për të menaxhuar krizat me shtypin.
- 1) *Tregoni të gjitha faktet.*
- 2) *Komunikojini ato me mesazhe të thjeshta*
- 3) *Paraprijini historisë*
- 4) *Luftoni për të vërtetën nëpërmjet ligjit, mediave dhe politikës*
- 5) *Mos përfaqësoni kurrë veten në një krizë*

# Burimi:

- Intervistë e Tom Fox me “Ish sekretarin e shtypit Mike McCurry se si të jesh një komunikues i mirë” botuar në The Washington Post, datë 2 prill 2013. Mund ta gjeni në:
- [http://articles.washingtonpost.com/2013-04-02/national/38211007\\_1\\_federal-leaders-clarity-policies](http://articles.washingtonpost.com/2013-04-02/national/38211007_1_federal-leaders-clarity-policies)
- Pjesë e marrë nga: *Crisis Tales: Five Rules for Coping with Crises in Business, Politics and Live*, autorë Lanny J. Davis, Simon dhe Shuster, 2013. Faqe 13 – 18.