



STRATEGJIA PËR PR E MEDIA

Qendra Avokuese për Kulturë Demokratike (ACDC) është një organizatë jofitimprurëse me bazë në Kosovë, e themeluar në vitin 2011. me një axhendë: të luftojë për të drejtat e njeriut, sundimin e ligjit, demokracinë dhe një shoqëri të hapur, tolerante dhe paqësore në Kosovë dhe rajon, të krijojë rekomandime të politikave për qeverinë e nivelit lokal dhe qendror dhe të kontribuojë në procesin e dialogut Beograd - Prishtinë.

Vizioni

Mitrovica, një vend i sigurt ku institucionet e përgjegjshme dhe shoqëria civile e fortë bashkëpunojnë në zhvillimin e një kulture demokratike, ku ekziston një vlerësim për diversitetin dhe mundësi që qytetarët të bëjnë zgjedhje.

Misioni

Organizatë lokale e shoqërisë civile që identifikon dhe promovon interesat e qytetarëve dhe shoqërisë kosovare përmes aktiviteteve të projektit dhe avokimit, si dhe forcimit të shoqërisë civile kundër institucioneve të përgjegjshme.

Kjo strategji gjithëpërfshirëse përshkruan qasjen e OJQ ACDC-së për të komunikuar në mënyrë efektive vizionin, misionin dhe vlerat e saj, si dhe qëllimet, iniciativat dhe arritjet e saj strategjike për audiencë të ndryshme të synuar. Si një organizatë joqeveritare e themeluar me pasion për promovimin e aktivizmit civil, fuqizimin e kulturës demokratike dhe nxitjen e bashkëpunimit ndëretnik, ACDC përpiqet të krijojë një shoqëri gjithëpërfshirëse ku askush nuk diskriminohet në bazë të moshës, gjinisë, statusit social, përkatësisë etnike ose fetare.

Kjo strategji synon të përpunojë mjetet dhe teknikat e nevojshme që ACDC i përdor për t'u angazhuar lidhur me palët e interesit, duke përfshirë mediat lokale dhe ndërkombëtare, organizatat e shoqërisë civile, qeveritë, qytetarët, individët e rinj, donatorët, institucionet akademike, organizatat ndërkombëtare dhe komunitetet lokale në veri të vendit. Duke përdorur qasje inovative dhe të përshtatura, ACDC përpiqet të rrisë dukshmërinë, besueshmërinë dhe ndikimin e saj, duke kontribuar përfundimisht në një imazh pozitiv shoqëror dhe një zhvillim të qëndrueshëm demokratik.

Përmes kësaj strategjie për PR dhe media, ACDC kërkon të shfaqë përkushtimin e saj të palëkundur për të avokuar për transparencën e qeverisë, promovimin e mobilizimit të qytetarëve dhe zbatimin e programeve që adresojnë nevojat e të gjitha komuniteteve në Kosovë. Duke menaxhuar në mënyrë efektive burimet njerëzore dhe teknologjike, duke optimizuar shpërndarjen e burimeve dhe duke u fokusuar në fuqizimin e të rinjve, ACDC synon të pozicionohet si një shembull udhëheqës i një organizate që nxit ndryshime pozitive në rajonin e Mitrovicës dhe më gjerë.

ACDC kërkon të forcojë lidhjet e saj me palët e interesit, të nxisë një kulturë të qytetarisë aktive dhe të kontribuojë në ndërtimin e një shoqërie ku përqafohen dallimet dhe të drejtat e barabarta për të gjithë.

Media lokale dhe ndërkombëtare: Strategjia për PR dhe media duhet të fokusohet në ndërtimin e marrëdhënieve të forta me mediat lokale dhe ndërkombëtare. Këtu përfshihen kanalet televizive, mediat online dhe stacionet radiofonike. ACDC do të dërgojë rregullisht njoftime për shtyp dhe buletine për të theksuar aktivitetet, ngjarjet dhe arritjet e saj. Organizata do të organizojë gjithashtu konferenca për shtyp, diskutime publike dhe konferenca mediatike për t'u ofruar gazetarëve informata të thelluara dhe qasje në personelin kryesor. Angazhimi me ndikuesit e medias dhe ofrimi i tyre me përmbajtje ekskluzive mund të përforcojë mesazhet e ACDC dhe të rrisë mbulimin mediatik.

1

Organizatat e Shoqërisë Civile: ACDC do të angazhohet në mënyrë aktive me organizata të tjera të shoqërisë civile që ndajnë qëllime dhe vlera të ngjashme. Strategjia do të përfshijë aktivitete të tilla si pjesëmarrje në ngjarje të rrjeteve, konferenca dhe seminare për të krijuar lidhje dhe bashkëpunime. ACDC do të kërkojë mundësi për të bashkëorganizuar ngjarje dhe projekte me organizata të tjera, duke krijuar një platformë për avokim të përbashkët dhe rritje të shikueshmërisë kur është e mundur. Komunikimi i rregullt përmes buletineve ose forumeve do të ndihmojë në nxitjen e ndjenjës së komunitetit dhe në forcimin e ndikimit të përgjithshëm të përpjekjeve të tyre kolektive.

Qeveritë lokale dhe qendrore: Strategjia e medias e ACDC përfshinë komunikimin e synuar me autoritetet e qeverisjes vendore dhe qendrore. Kjo do të përfshijë angazhimin në takime të rregullta me zyrtarët, dorëzimin e rekomandimeve të politikave dhe pjesëmarrjen në konsultime publike. ACDC do të shfrytëzojë kanalet mediatike për të theksuar partneritetet dhe bashkëpunimin e suksesshëm me institucionet qeveritare. Organizata do të vazhdojë të avokojë për transparencë dhe llogaridhënie duke monitoruar dhe raportuar mbi veprimet dhe iniciativat e qeverisë.

Qytetarët në rajonin e Mitrovicës dhe në mbarë Kosovën: Për të arritur në mënyrë efektive qytetarët, ACDC do të përdorë kanale të ndryshme komunikimi. Kjo përfshinë platformat e mediave sociale, ngjarjet e komunitetit dhe programet edukative. Organizata do të fokusohet në krijimin e përmbajtjeve të lidhura dhe tërheqëse që adreson nevojat dhe shqetësimet e qytetarëve. Përdorimi i gjuhëve lokale dhe referencave kulturore mund të ndihmojë në rezonimin me audiencën e synuar. ACDC gjithashtu do të inkurajojë pjesëmarrjen e qytetarëve përmes sondazheve, anketave dhe diskutimeve online.

Të rinjtë: Duke pasur parasysh fokusin e ACDC në fuqizimin e të rinjve, strategjia e medias do t'i japë përparësi platformave që janë të njohura në mesin e të rinjve, si rrjetet sociale (Instagram, Facebook, Twitter dhe YouTube), podcastet dhe faqet e internetit të orientuara nga të rinjtë. ACDC do të organizojë ngjarje, seminare dhe konkurse me në qendër të rinjtë për të inkurajuar pjesëmarrjen dhe angazhimin aktiv. Përdorimi i ndikuesve dhe ambasadorëve të të rinjve mund të ndihmojë në përhapjen e mesazheve të ACDC në një audiencë më të gjerë individësh të rinj.

Donatorët dhe organizatat financuese: Strategjia mediatike e ACDC-së përfshinë kontakte të synuara me donatorët e mundshëm dhe organizatat financuese. Kjo përfshinë krijimin e materialeve informuese, të tilla si broshura ose prezantime, duke theksuar ndikimin e organizatës dhe storiet e suksesit. ACDC gjithashtu do të presë ngjarje të fokusuara tek donatorët për të shfaqur projektet dhe programet e saj. Përditësimet dhe raportet e rregullta mbi përdorimin e fondeve mund të ndihmojnë në ndërtimin e besimit dhe transparencës me donatorët.

Institucionet akademike dhe arsimore: Për t'u angazhuar me institucionet akademike dhe arsimore, ACDC do të organizojë seminare, punëtori dhe ligjerues të ftuar mbi tema që lidhen me kulturën demokratike, të drejtat e njeriut dhe aktivizmin qytetar. Organizata mund të krijojë bashkëpunim me universitetet dhe shkollat për të përfshirë iniciativat e ACDC në kurrikulë ose për të ofruar mundësi praktike për studentët. Krijimi i burimeve edukative, të tilla si e-libri ose uebinarë, mund të jetë gjithashtu i dobishëm për të arritur audiencën e shënjestruar.

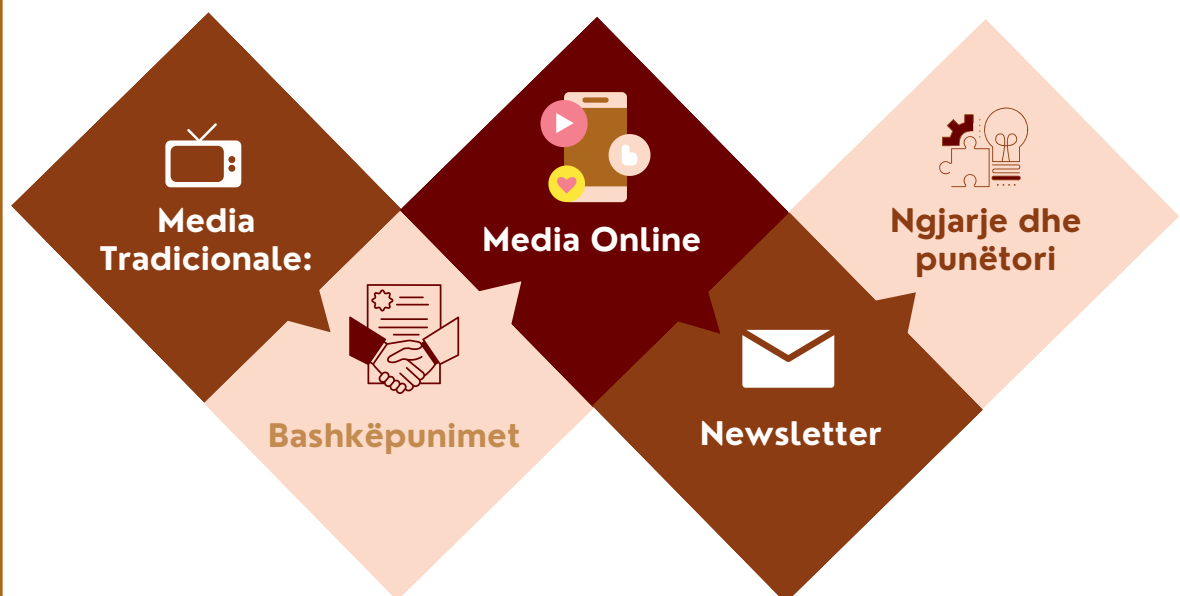
Organizatat ndërkombëtare: Strategjia e medias do të fokusohet në krijimin dhe ruajtjen e marrëdhënieve me organizatat ndërkombëtare. ACDC do të marrë pjesë aktive në konferenca, forume dhe evente të organizuara nga këto subjekte. Bashkëpunimi në projekte të përbashkëta dhe shkëmbimi i storieve të suksesit mund të rrisë reputacionin dhe besueshmërinë e ACDC në skenën ndërkombëtare. Përdorimi i rrjeteve sociale dhe platformave dixhitale për t'u lidhur me audiencën globale mund të jetë gjithashtu i dobishëm.

Komunitetet Lokale në veri të Kosovës: ACDC do të përshtatë komunikimin e saj për të rezonuar me nevojat dhe shqetësimet specifike të komuniteteve lokale në veri të Kosovës. Kjo përfshinë organizimin e ngjarjeve të drejtuara nga komuniteti, ofrimin e informatave në gjuhët lokale dhe partneritetin me drejtuesit dhe ndikuesit e komunitetit. ACDC gjithashtu mund të përdorë radion dhe gazetatat lokale për të arritur në mënyrë efektive audiencën në këto rajone.

Palët e interesit të përfshira në luftimin e korrupsionit dhe promovimin e transparencës: Strategjia e medias e ACDC përfshinë angazhim aktiv me palët e interesit që punojnë për çështje të ngjashme. Kjo përfshinë bashkëpunimin me agjencitë kundër korrupsionit, ekspertët ligjorë dhe grupet e avokimit të transparencës. ACDC mund të ndajë njohuri, gjetje kërkimore dhe praktika më të mira për të kontribuar në përpjekjet më të gjera kundër korrupsionit. Ndërtimi i partneriteteve dhe koalicioneve mund të përforcojë ndikimin kolektiv të të gjithë akterëve të përfshirë në luftën kundër korrupsionit.

Në përgjithësi, strategjia për PR dhe media e OJQ ACDC do të jetë e shumëanshme, me qasje të përshtatura për çdo audiencë të synuar. Çelësi është shfrytëzimi i kanaleve të ndryshme komunikimi, ndërtimi i marrëdhënieve të forta dhe ndarja e vazhdueshme e përmbajtjeve bindëse dhe relevante për të arritur qëllimet e avokimit në mënyrë efektive.

KANALEVE TË KOMUNIKIMIT



Media Tradicionale:

Televizioni: Televizioni mbetet një medium i fuqishëm, veçanërisht për të kontaktuar politikëbërësit dhe publikun e gjerë. Ofron shtrirje të gjerë, dhe gjithashtu përcjell besueshmëri dhe profesionalizëm. Intervistat, emisionet e bisedave dhe mbulimi i lajmeve mund të ndihmojnë në prezantimin e projekteve të OJQ ACDC dhe përpjekjeve të avokimit për një audiencë të gjerë.

Radio: Radio është një medium i qasshëm për të kontaktuar anëtarët e komunitetit, veçanërisht në zonat rurale. Paraqitjet e të ftuarve dhe shfaqjet në radio në komunitet mund të jenë efektive në përhapjen e mesazheve kryesore dhe angazhimin me popullsinë lokale.

Artikuj dhe Op-Ed: Media e shkruar është ende me ndikim për t'u angazhuar me politikëbërësit, drejtuesit e shoqërisë civile dhe lexuesit e arsimuar. Op-Ed-et, artikujt me karakteristikë dhe njoftimet për shtyp mund të nxjerrin në pah iniciativat dhe ndikimin e organizatës.

Media Online:

Ky lloj i medias lejon përditësime në kohë reale, interaktivitet dhe angazhim me audienca të ndryshme. Është me kosto efektive dhe lehtësisht i ndashëm.

Web faqja e organizatës: Një faqe interneti e dizajnuar mirë dhe informuese shërben si një qendër për shpërndarjen e përditësimeve, storieve të suksesit, raporteve dhe ngjarjeve të ardhshme. Po ashtu, mundëson qasje të lehtë në informata rreth misionit dhe aktiviteteve të OJQ ACDC për të gjithë audiencën.

Platformat e rrjeteve sociale: Media sociale ofron një mënyrë të drejtpërdrejtë dhe interaktive për t'u angazhuar me audiencën e synuar. OJQ ACDC përdor Facebook, Twitter, Instagram dhe YouTube për të shpërndarë përditësime në kohë reale, përmbajtje multimediale dhe për t'u angazhuar në biseda me palët e interesuara.

Blogjet dhe artikujt në internet: Publikimi i postimeve të blogut në webfaqe ose kontributi në platforma me reputacion online i lejon OJQ ACDC të ndajë njohuri të thella, opinione ekspertësh dhe histori që rezonojnë me audienca specifike të synuara.

Ngjarje dhe punëtori:

Punëtori dhe seminare: Organizimi i seminareve dhe punëtorive ku përfshihen politikëbërësit, udhëheqësit e shoqërisë civile dhe anëtarët e komunitetit krijon një platformë të drejtpërdrejtë për dialogun, ndërtimin e kapaciteteve dhe rrjetëzimin. Gjithashtu lehtëson angazhimin ballë për ballë dhe ndërton lidhje personale me palët e interesit.

Tubimet publike dhe ngjarjet e kampanjave: Tubimet dhe ngjarjet publike mund të tërheqin mbulim mediatik, të përforcojnë mesazhet kryesore dhe të mobilizojnë publikun dhe politikëbërësit rreth çështjeve specifike.

Bashkëpunimet dhe Partneritetet:

Jfushata të përbashkëta me OJQ të tjera: Partneriteti me OJQ të tjera në fushata të përbashkëta mund të bashkojë burimet dhe të përforcojë mesazhet, duke arritur një audiencë më të gjerë dhe duke rritur ndikimin.

Partneritetet mediatike: Bashkëpunimi me organet mediatike për njoftimet e shërbimit publik, veçoritë speciale ose mbulimin e ngjarjeve mund të rrisë dukshmërinë dhe besueshmërinë.

Buletinët dhe paraqitjet mediale:

Buletinët: Buletini është një mjet për të informuar mediat dhe publikun e gjerë rreth zhvillimeve, raporteve apo ngjarjeve të rëndësishme që lidhen me punën e OJQ ACDC. Ato ju japin qasje të drejtpërdrejtë në kutinë hyrëse të audiencës tuaj, duke ju mundësuar të ndani përmbajtje tërheqëse dhe të drejtoni trafikun në faqen tuaj të internetit.

Paraqitje mediale: Thirrjet e përshtatura për gazetarët dhe organet e medias mund të rezultojnë në tregime artistike, intervista ose op-ed-e që nxjerrin në pah iniciativat dhe mesazhet kryesore të organizatës.



ACDC është duke përdor platformat e mediave sociale që përputhen me qëllimet e saj dhe audiencën e synuar. ACDC fokusohet në platformat ku audienca parësore dhe dytësore janë më aktive. Këto janë Facebook, Twitter, Instagram dhe YouTube.

Frekuenca e postimeve:

Vendosja e një orari të qëndrueshëm të postimeve për secilën platformë. Frekuenca mund të ndryshojë në bazë të platformës dhe llojit të përmbajtjes që shpërndahet. Për shembull:

-  Facebook: 3-5 postime në javë
-  Twitter: shumëfishta tweet-a në ditë
-  Instagram: 3-4 postime në javë
-  YouTube: Së paku një video në muaj.

Temat e përmbajtjes:

Diversifikimi i temave të përmbajtjes për të mbajtur audiencën të angazhuar. Shembuj të temave të përmbajtjes përfshijnë:

Storie suksesi: Ndani storiet e përfituesve dhe ndikimin e projekteve të OJQ ACDC.

Infografika dhe të dhënat: Paraqisni statistikën dhe gjetjet e kërkimit në formate tërheqëse vizuale.

Opinionet e ekspertëve: Paraqisni njohuri nga anëtarët e ekipit të OJQ ACDC ose ekspertë të jashtëm për temat përkatëse.

Prapa skena: Ofrimi i një paraqitje të shkurtër të aktiviteteve, ngjarjeve dhe punës së përditshme të organizatës.

Thirrje për veprim: Inkurajoni audiencën të mbështesë fushatat, të nënshkruajë peticione ose të marrë pjesë në ngjarje.

Çështjet aktuale: Lidhni punën e OJQ ACDC me ngjarjet e vazhdueshme sociale dhe politike.

Përmbajtja vizuale:

Përdorimi i përmbajtjes vizuale me cilësi të lartë dhe tërheqëse, duke përfshirë imazhe, video dhe infografikë. Vizualet kanë më shumë gjasa të tërheqin vëmendjen dhe të rrisin angazhimin në mediat sociale.

Strategjitë e Angazhimit:

Inkurajimi i pjesëmarrjes dhe angazhimi i audiencës me strategjitë e mëposhtme:

Përgjigjuni menjëherë: Përgjigjuni komenteve, mesazheve dhe etiketimeve në kohën e duhur për të nxitur një bisedë të dyanshme me audiencën.

Bëni pyetje: Parashtroni pyetje në postime për të nxitur diskutime dhe për të mbledhur reagime nga audienca.

Përmbajtja e krijuar nga përdoruesit: Inkurajoni ndjekësit të ndajnë përvojat ose opinionet e tyre në lidhje me punën e OJQ ACDC dhe të rishpërndajnë përmbajtjen më të mirë.

Hashtag-e: Përdorni hashtags përkatës dhe të markës për të rritur zbulueshmërinë dhe për t'u bashkuar me biseda më të mëdha.

Bashkëpunimet: Bashkëpunoni me influencues ose organizata të tjera për të arritur audiencë të re dhe për të përforcuar mesazhet.

Monitorimi dhe analiza:

Monitoroni rregullisht analitikën e mediave sociale për të vlerësuar performancën e postimeve, temave të përmbajtjes dhe strategjive të angazhimit. Identifikimi i tendencave dhe përshtatja në planin e mediave sociale në përputhje me rrethanat për rezultate optimale.

Konsistenca në të gjithë platformat:

Ruajtja e qëndrueshmërisë në platformat e mediave sociale është thelbësore për identitetin e brendit dhe koherencën e mesazheve. Sigurohuni që elementet vizuale, toni dhe mesazhet kryesore të OJQ ACDC të përputhen në të gjitha platformat. Kjo qëndrueshmëri përforcon besueshmërinë e organizatës dhe ndihmon audiencën të njohë dhe të lidhet me lehtësi me OJQ ACDC.

Ndër-Promovimi:

Përdorni platforma të ndryshme të mediave sociale për të promovuar përmbajtje. Për shembull, përdorni Instagram Stories për të promovuar një video të re në YouTube ose për të ndarë temat e Twitter në Facebook. Kjo qasje i lejon organizatës të arrijë segmente të ndryshme të audiencës së saj dhe të rrisë angazhimin e përgjithshëm.

Duke zbatuar këtë strategji të mediave sociale dhe duke siguruar qëndrueshmëri në të gjitha platformat, OJQ ACDC mund të angazhojë në mënyrë efektive audiencën e saj të synuar, të rrisë ndërgjegjësimin për iniciativat e saj dhe të nxisë një komunitet të gjallë në internet të mbështetësve dhe avokuesëve për kauzat e saj.



office@acdc-kosovo.org
ngoacdc@gmail.com



+381 (0) 64 11 77 871
+383 (0) 44 53 98 52



Cika Jovina 3, North Mitrovica
Prote Mateje 48, Belgrade
Fehmi Agani 168/5, Prishtina



www.acdc-kosovo.org