

	Republika e Kosovës Republika Kosovo/ Republic of Kosovo Prokurori i Shtetit / Državni Tužilac / State Prosecutor Prokuroria Speciale / Specialnog Tuzilastva / Special Prosecution	
---	---	---

STRATEGJIA E KOMUNIKIMIT PËR PROKURORINË SPECIALE TË KOSOVËS

Udhëzime për forcimin e aktivitetit dhe praktikës –
komunikime proaktive, reaguese dhe në krizë

PËRMBAJTJA

1. Qëllimi i strategjisë	3
2. Cilat janë sfidat kryesore të jashtme të PSRK-së?	4
3. Zgjidhjet gjithëpërfshirëse: në parim	5
4. Prioritetet aktive të PSRK-së – fushat që kërkojnë vëmendje të menjëhershme	7
A. Mesazhet kyqe	7
B. Neutraliteti tonal.....	9
C. Efikasiteti i medieve	9
5. Zgjidhjet: në praktikë	11
A. Punët e zakonshme	11
B. Komunikimet reaktive: përgjigje ndaj sulmeve dhe dezinformimit.....	16
C. Komunikimi i rasteve të ndjeshme dhe të profilit të lartë.....	20
<u>-</u> Udhëzues hap pas hapi: trajtimi i komunikimeve të ndjeshme, të rasteve të profilit të lartë	22
<u>-</u> Pyetje sfiduese: trajtimi i pyetjeve të padëshiruara nga gazetarët	25
D. Krizat dhe komentet në raste emergjente	26
SHTOJCA 1	33
SHTOJCA 2.....	38
SHTOJCA 3.....	40
SHTOJCA 4.....	41

HYRJE

1. Qëllimi i strategjisë

Çfarë adreson strategjia?

Kjo strategji ofron hapa praktik për përmirësimin e aktivitetit dhe sistemeve të komunikimit të PSRK-së, me qëllim që komunikimet e saj të mbështesin objektivat strategjike të zyrës. Strategjia mund të përditësohet dhe modifikohet me kalimin e kohës, për të siguruar relevancën dhe aplikueshmërinë e saj.

Strategjia ofron udhëzime për realizimin e komunikimeve proaktive, transparente dhe profesionale, të cilat paraqesin punën e PSRK-së në një dritë pozitive dhe të vazhdueshme për mediat dhe publikun. Pavarësisht se përfshihen parime të përgjithshme për realizimin e aktiviteteve të komunikimit me standarde të larta në mënyrë të rregullt, kjo strategji fokusohet kryesisht në angazhimin e medias në një kontekst komunikimi të ndërlikuar, duke adresuar sulmet nga palët e jashtme dhe duke menaxhuar komunikimin në rastet e profilit të lartë ose në situata krize.

Për kë është strategjia?

Strategjia do t'i shërbejë qëllimit të saj themelor praktik për zyrtarin për komunikim të PSRK-së, zëdhënësin dhe ekipin e gjerë të komunikimit. Zëdhënësi do të mbështetet në udhëzimet e strategjisë për të formësuar objektivat e komunikimit, infrastrukturën dhe praktikën për PSRK-në në tërësi, dhe do të jetë përgjegjës për zbatimin e strategjisë. Për shkak se, megjithatë, të gjitha komunikimet e PSRK-së kërkojnë gjithashtu mirëkuptimin, mbështetjen dhe kontributin e stafit në të gjithë institucionin, kjo strategji gjithashtu përshkruan se si rolet e tjera mund të marrin pjesë në mënyrë produktive në këtë proces.

Udhëheqja e komunikimit të PSRK-së mbështetet në informacionet që ofrohen nga prokurorët dhe stafi tjetër i PSRK-së, kryesisht nga udhëheqësit e departamenteve, kryeprokurori i PSRK-së dhe administratori. Kjo strategji ka për qëllim sigurimin e një procesi efikas, nëpërmjet të cilit këto pozita mund të mbështesin zëdhënësin (duke pasur parasysh kërkesat e kohës), duke garantuar që ai të jetë gjithmonë i pajisur për të vepruar në mënyrë proaktive dhe të pavarur, të njohur me zhvillimet kryesore dhe materialet përkatëse, dhe kështu të jetë i përgatitur mirë për të drejtuar aktivitetet e komunikimit me vendosmëri, saktësi dhe ndikim. Në këtë kontekst, strategjia gjithashtu synon të mundësojë një proces të shpejtë nënshkrimi në fazën përfundimtare të miratimit nga Kryeprokurori Special, duke siguruar që komunikimet që arrijnë në tryezën e udhëheqësit për shqyrtim të jenë të plota, të informuara dhe të strukturuar siç duhet.

2. Cilat janë sfidat kryesore të jashtme të PSRK-së?

Ky seksion zgjeron diskutimin mbi sfidat kryesore të identifikuara në mënyrë të shkurtër në seksionin katër, (të cilat përbëjnë fokusin e kësaj strategjie dhe janë probleme që nuk mund të adresohen me sukses pa një qasje të strukturuar dhe efektive të komunikimit profesional).

- Organet tjera shtetërore
 - Agjendat politike dhe të shprehurit e tyre të shpeshtë (në pikën e sulmeve të hapura dhe armiqësore nga departamentet e qeverisë, etj.) në media bëjnë që SPRK të jetë shpesh objekt i kritikave publike, të cilat janë të motivuara nga angazhimet politike, dhe jo nga efektiviteti i punës së këtij institucioni. Kjo negativisht formon opinionin publik me akuza që nuk janë të vërtetuara.
- Media
 - Mediat nuk janë plotësisht të pavarura ose të rregulluara siç duhet, gjë që krijon hapësirë për raportime të pasakta ose raportime të njëanshme përgjatë linjave të interesit politik ose komercial.
 - Përderisa disa media të specializuara janë shumë mirë të informuara për drejtësinë penale dhe sistemin ligjor, mediat e gjera kanë njohuri të pakta për funksionet, përgjegjësitë, kompetencat dhe arritjet e PSRK-së, gjë që gjithashtu çon në raportim të pasaktë.
 - PSRK-ja është e kufizuar nga detyrat për të fshehur dhe mbajtur informacione të caktuara (përfshirë, për shembull, detaje rreth rasteve në vazhdim), por disa media besojnë se komunikohet më pak se sa duhet.
- Shoqëria civile
 - Megjithëse marrëdhëniet me organizatat e shoqërisë civile janë të zhvilluara mirë, disa lidhje mund të forcohen për të shmangur konfuzionin rreth gatishmërisë për t'u angazhuar, bashkëpunuar dhe komunikuar nga të dyja palët.
 - Disa organizata të shoqërisë civile janë organe mediatike dhe OJQ të kombinuara, që do të thotë se mediat udhëhiqen nga agenda e OJQ-së, e cila ndërhyr në raportimin neutral.
- Qytetarët
 - Shumica e qytetarëve nuk kanë shumë njohuri për funksionet, përgjegjësitë, kompetencat dhe arritjet e PSRK-së, gjë që çon në pritshmëri konfuze dhe nivel të ulët besimi dhe mbështetje.

3. Zgjidhjet gjithëpërfshirëse: në parim

Të gjitha komunikatat e lëshuara nga PSRK për publikun ose mediat, në çfarëdo formati, në çdo kohë për cilëndo temë, duhet të synojnë të marrin kontrollin e narrativës në domenin publik dhe duhet të mbështeten nga parimet e mëposhtme:

- Neutralitet
- Kredibilitet
- Autoritet
- Pavarësi
- Transparencë

Dhe për të realizuar këto përpjekje, duhet të arrihen sa vijon:

- Sigurimi i qartësisë, standardizimit dhe implementimit të vazhdueshëm të proceseve të komunikimit të brendshëm dhe të jashtëm.
- Hartimi dhe komunikimi i mesazheve të rëndësishme, duke përfshirë sqarimin e rolit dhe qëllimit të PSRK-së për të rritur ndërgjegjësimin dhe mirëkuptimin e publikut.
- Shpërndarja e ndikimit dhe progresit të arritur nga PSRK-ja përmes mediave dhe kanaleve të tjera për të mbështetur mesazhet e qëndrueshme dhe gjithëpërfshirëse, duke komunikuar paanshmërinë dhe efikasitetin e PSRK-së.
- Mbështetje për proceset dhe aktivitetet duke përdorur raste studimore dhe praktika të mira.
- Ofrimi i trajnimeve për stafin e komunikimit të PSRK-së për zhvillimin dhe zbatimin e proceseve, hartimin dhe shpërndarjen e komunikatave, menaxhimin e mediave dhe kanaleve sociale.
- Forcimi i marrëdhënieve dhe angazhimit me mediat.
- Kryerja e vlerësimeve vjetore të aktiviteteve të komunikimit, duke përfshirë matjen e rezultateve, ndikimit dhe përgjegjësi të stafit për monitorimin dhe vlerësimin e proceseve.

KOMUNIKONI RREGULLISHT & NË MËNYRE PROAKTIVE	Komunikimi me publikun dhe mediat rreth aktivitetit të PSRK-së duhet të jetë i rregullt, proaktiv, i përgjegjshëm dhe në kohë.
RUAJNI NEUTRALITETIN TONAL	Toni, gjuha dhe formati i përdorur për të komunikuar duhet të përcaktohen varësisht nga audienca, por PSRK-ja duhet t'i përmbahet gjithmonë parimit kryesor të neutralitetit tonal. Me fjalë të tjera, komunikimi i PSRK-së duhet të artikulohet gjithmonë në gjuhë të qetë, profesionale, formale dhe jo emocionale.
MBAJTJA TRANSPARENCA	PSRK duhet të jetë transparente kudo që është e mundur për aktivitetin dhe progresin e saj.

PROCESET STANDARDIZUESE	Për të demonstruar paanshmëri, duhet të zhvillohen procese standarde për komunikim të rregullt dhe të njëjtat hapa duhet të ndiqen çdo herë nga PSRK.
RRITJA E NJOHURIVE DHE VETËDIJZIMIT TË PUBLIKUT	Komunikimi i PSRK-së me publikun dhe mediat duhet të rrisë vetëdijen rreth kërcënimit, të dënojë krimin, të nxjerrë në pah aftësinë e PSRK-së për adresimin e kërcënimit dhe të inkurajojë qytetarët që të njohin dhe raportojnë krimin.
PËRFSHINI MESAZHET THEMELORE	Përmbajtja e të gjitha komunikimeve të PSRK-së duhet të bazohet dhe të shprehë mesazhet kyçe të PSRK-së. Ato duhet të ofrojnë bazat për çdo komunikim dhe duhet të përfshihen dhe të shprehen qartë kudo që të jetë e mundur.
EFIKASISTETI I MEDIEVE	Gazetarët, redaktorët dhe mediat në përgjithësi punojnë me afate të caktuara dhe shpesh të ngushta. Ata mund të publikojnë mesazhe që PSRK-ja dëshiron të shpërndajë vetëm nëse marrin informacionin e kërkuar brenda kohës së përcaktuar. Ato do të bashkëpunojnë me PSRK-në vetëm nëse e shohin se ky institucion e kupton dhe respekton nevojën për të qenë të shpejtë dhe të qartë në komunikim. Për këtë arsye, për të krijuar marrëdhënie të frytshme me mediat dhe për të përdorur platformat e tyre në shërbim të qëllimeve të PSRK-së, stafi i PSRK-së duhet të jetë sa më i komunikueshëm dhe efikas kur ndan informacion me median ose përgjigjet ndaj kërkesave të tyre.

4. Prioritetet aktive të PSRK-së – fushat që kërkojnë vëmendje të menjëhershme

PSRK duhet të fokusohet në:

- A. Mesazhet Kyçe
- B. Neutraliteti Tonal
- C. Efikasiteti i Mediave

A. MESAZHET KYQE

Të gjitha komunikatat e jashtme të lëshuara nga PSRK-ja duhet të jenë në përputhje me objektivat e saj. Komunikimet e jashtme duhet të përmbajë maksimumi tre mesazhe kyçe, të cilat duhet të shprehen në rendin e duhur të prioritetit. Për pjesë e komunikimit të jashtëm duhet të përmbajë mesazhet kyçe të cilat duhet të përshtaten sipas rastit i cili komunikohet. Për të arritur një efikasitet më të lartë, PSRK-ja mund të zhvillojë një grup mesazhesh kyçe që do të shërbejnë si udhëzime bazë, të cilat më pas mund të personalizohen për nevojat e çdo komunikimi të jashtëm.



MESAZHET KYÇE TË PSRK-së

PSRK: ÇFARË BËN?

Detyra kryesore e Prokurorisë Speciale të Kosovës është luftimi i krimit të organizuar dhe nxjerrja para drejtësisë e autorëve të krimit të rëndë dhe të organizuar, korrupsionit dhe krimit financiar, terrorizmit dhe krimeve të luftës.

PSRK: ZBATIMI I LIGJIT

PSRK-ja shërben për forcimin e themeleve të shtetit ligjor dhe të sundimit të ligjit.

PSRK: MBROJTJA E QYTETARËVE

PSRK punon në interes të publikut dhe merr vendime ekskluzivisht në përputhje me standardet etike dhe profesionale, kushtetutën dhe rregulloret ligjore.

PSRK: E PAANSHME DHE E PAVARUR

Për PSRK-në nuk ka persona të paprekshëm apo të mbrojtur. Kushdo që është i përfshirë në krimin e organizuar ose që kryen një vepër penale e cila bie nën kompetencën e PSRK-së, do të jetë në shënjestër të PSRK-së, pavarësisht nga emri, mbiemri, pozicioni, përkatësia tregtare apo politike e personit.

PSRK: TRANSPARENT & I HAPUR

PSRK komunikon në mënyrë të qartë, transparente, objektive dhe në kohën e duhur me të gjithë anëtarët e publikut që janë të interesuar për punën e saj.

PSRK: EFIKASE DHE EFEKTIVE

PSRK punon për të garantuar sigurinë e të gjithë qytetarëve përmes mbrojtjes efikase dhe cilësore të sigurisë së tyre dhe të drejtës së tyre për të jetuar në një shoqëri të lirë nga krimi i organizuar, korrupsioni i nivelit të lartë, pastrimi i parave, krimet e luftës dhe terrorizmi.

PSRK: MBËSHTETJA & FUQIZIMI I VIKTIMAVE

PSRK-ja fuqizon qytetarët që të mbrohen nga viktimizimi duke i mbështetur ata që të njohin dhe raportojnë krimin e organizuar. Të gjitha viktimat duhet të marrin informacion të qartë, në kohë dhe të saktë dhe duhet të trajtohen në mënyrë të drejtë, të duhur dhe me dinjitet.

B. NEUTRALITETI TONAL

Toni, gjuha dhe formati i përdorur për të komunikuar duhet të përcaktohen varësisht nga audienca, por PSRK-ja duhet t'i përmbahet gjithmonë parimit kryesor të neutralitetit tonal. Me fjalë të tjera, komunikimi i PSRK-së duhet të artikulohet gjithmonë në gjuhë të qetë, profesionale, formale dhe jo emocionale

Modelet për përgjigjet në të folur dhe shkruar ofrohen në seksione të ndryshme të strategjisë, së bashku me një analizë të detajuar në Shtojcën 2 për gjuhën e përdorur më parë që ndoshta është tepër emocionale.

C. EFIKASITETI I MEDIEVE

Rritja e angazhimit. Mediat kosovare janë të angazhuara dhe investuara në aktivitetin e PSRK-së dhe do të mirëprisnin më shumë komunikim rreth punës së Zyrës.

Komunikoni vazhdimisht. Shkëmbimi i rregullt dhe i paanshëm i informacionit do të ndihmojë në krijimin e reputacionit të PSRK-së dhe do të demonstrojë neutralitetin e saj. Komunikoni kur informacioni mund dhe nuk mund të ndahet me transparencë, dhe se kur mund të informohet media. Nëse afati kohor është i panjohur, komunikojeni edhe këtë për qëllime transparence.

Komunikoni në mënyrë efikase: Për të ndërtuar marrëdhënie të efektshme me mediat dhe për të shfrytëzuar kanalet e tyre në përmbushjen e objektivave të PSRK-së, stafi i PSRK-së duhet të jetë i aftë të komunikojë në mënyrë të qartë dhe efikase. Gazetarët, redaktorët dhe mediat punojnë me afate të caktuara dhe shpesh të ngushta, dhe shpërndarja e informacionit nga PSRK-ja mund të realizohet vetëm nëse kërkesat e nevojshme janë dhënë brenda këtyre afateve. Bashkëpunimi me mediat është i mundur vetëm kur ato e vlerësojnë që PSRK-ja kupton dhe respekton nevojat e tyre. Për këtë arsye, është e rëndësishme që stafi i PSRK-së të sigurohet që komunikimi me median të jetë i shpejtë, korrekt dhe të jetë në kohë.

- Nëse historia për të cilën gazetari po punon mund të ndihmojë në përhapjen e mesazheve kryesore të PSRK-së, zëdhënësi duhet të sigurohet që gazetarët të kenë gjithmonë prioritet dhe t'u ofrohen informacionet që u duhen, në momentin që i kërkojnë.
- Nëse historia që gazetari po punon nuk ka ndikim pozitiv as negativ për PSRK-në, zëdhënësi duhet të përpiqet t'i ofrojë gazetarëve informacionin që kërkojnë, për të forcuar marrëdhëniet me gazetarin/median.
- Nëse historia mund të dëmtojë imazhin e PSRK-së, zëdhënësi duhet të sigurojë që gazetarëve t'u ofrohen informacionet korrigjuese ose faktet e rëndësishme përpara afatit, edhe nëse gazetari nuk i ka kërkuar ende.
- Nëse është e vështirë të ofrohet informacioni i nevojshëm për gazetarin brenda afatit të caktuar, ose nëse nuk është e mundur, zëdhënësi duhet të komunikojë me gazetarin për këtë, duke e mbajtur atë të informuar për çfarë është e mundur dhe për statusin e procesit. Për shembull, "Nuk mund ta ndajmë X tani, por mund të ndajmë Y. Do të mund ta kemi atë për ju deri në kohën X, por do të qëndroj në kontakt nëse ka vonesa dhe do t'ju mbaj të përditësuar."

Pasi interesimi i një gazetari për një histori mund të ofrojë mundësinë për të theksuar mesazhet kryesore të SPRK-së, ose për të kufizuar dëmet, ose për të ndërtuar një marrëdhënie që mund të jetë e dobishme për SPRK-në në të ardhmen, është e rëndësishme që gazetarët të mund të kontaktojnë lehtësisht zëdhënësin. Çdo komunikim i dërguar nga SPRK (qoftë përmes email-it apo në faqen e internetit) duhet të përmbajë detajet e kontaktit të zëdhënësit – një adresë emaili dhe një numër telefoni direkt. Këto pika kontakti duhet të monitorohen ngushtë nga zëdhënësi.

Gazetarët mund të kontaktojnë PSRK-në për një sërë kërkesash, si për raporte dhe publikime, ose për propozime intervistash. Nëse ata mbulojnë tema që lidhen me PSRK-në, si zhvillimet që kanë të bëjnë me këtë institucion, ose nëse janë duke shkruar një histori lidhur me PSRK-në, mund të kërkojnë përgjigje me shkrim ose të kërkojnë një koment. Gjithashtu, ata mund të kërkojnë që PSRK-ja të japë një koment gjatë një interviste në transmetim, nëse kjo është e nevojshme për mbulimin e lajmeve që përfshijnë përgjegjësitë e PSRK-së.

Hapat që duhen ndjekur kur bëni një koment me shkrim:

- Zbuloni se kur dhe ku do të publikohet përgjigja
- Zbuloni se cili është afati i fundit i gazetarit (d.m.th. kur i duhet komenti)
- Kërkoni çdo detaj të në lidhje me historinë që po shkruajnë
- Sqaroni çdo gjë që është e paqartë në lidhje me atë që po shkruajnë ose çfarë u nevojitet nga PSRK-ja
- Konsultohuni me kolegët sipas nevojës dhe më pas konfirmoni me gazetarin që së shpejti mund të ju përgjigjeni brenda afatit të tyre (ose e në të kundërtën)
- Kontrolloni nëse kërkesa është bërë më herët. Nëse po, shih nëse dhe përgjigja e dhënë më herët është ende relevante, përditësoni sipas nevojës dhe ndajeni me gazetarin.
- Nëse jo, përgatitni një përgjigje: të përditësuar, lehtësisht të kuptueshme, të saktë dhe të verifikuar, duke përfshirë çdo rast studimor ose statistikë që duhet shtuar. Komenti duhet të ketë tre mesazhe kyçe.

Hapat që duhen ndjekur nëse kërkesa është për një intervistë në transmetim:

- Pyetni nëse intervista do të jetë drejtpërdrejt apo një regjistrim paraprak.
- Nëse regjistrimi paraprak është i disponueshëm, zbuloni se kur mund të bëhet regjistrimi dhe kur duhet të bëhet.
- Verifikoni kur dhe ku do të transmetohet intervista.
- Konsultohuni me kolegët sipas nevojës dhe më pas konfirmoni me gazetarin se zëdhënësi mund të marrë pjesë në intervistë (ose e kundërta).
- Kontrolloni nëse hetimi është kryer më parë. Nëse po dhe përgjigja është ende relevante, përditësoni informacionin sipas nevojës dhe përdoreni atë si pjesë të përgatitjes për intervistën.
- Rishikoni pyetjet e mundshme dhe analizoni thellësisht temën për të cilën gazetari ka interes. Përgatitni përgjigje të qarta, të përditësuar, të shkurtra dhe të verifikueshme, duke përfshirë çdo shembuj studimor ose statistika që duhen përmendur. Komenti duhet të ketë tre mesazhe kryesore, ndërsa shënimet e përgatitjes për intervistën duhet të mbulojnë edhe pyetje të tjera të mundshme që mund të lindin.

5. Zgjidhjet: në praktikë

A. PUNËT E ZAKONSHME

KOMUNIKIMI NË BAZA JAVORE

Komunikimet e rregullta, të përditshme të PSRK-së duhet të shkojnë gjithmonë drejt arritjes sa vijon (siç është theksuar më parë në strategji):

- Shpërndarja e mesazheve kyçe
- Shfaqja e ndikimit dhe progresit të arritur nga PSRK
- Forcimi i marrëdhënieve dhe angazhimit me median.

Për të arritur këto objektiva, informacioni për punën e PSRK-së duhet t'i jepet zëdhënësit (nga prokurorët dhe administratori). Më pas, zëdhënësi mund të lëshojë mesazhet dhe përmbajtjen e duhur për audiencën e duhur në kohën e duhur.

Idealisht, PSRK-ja duhet të ndajë komunikata të rregullta javore me gazetarët dhe në mediat sociale, për zhvillimet kryesore të ndara të hënën dhe të premten, dhe përditësimet ad hoc të ofruara gjatë javës sipas nevojës.

- Buletinet/deklaratat/deklaratat për shtyp të hënën dhe të premten në faqen e internetit
- Buletinet/deklaratat/deklaratat për shtyp të hënën dhe të premten dërguar me email gazetarëve
- Të hënën dhe të premten postime në Facebook/media sociale që nxjerrin në pah atë që publikohet në buletinet
- Njoftimet për shtyp dhe deklaratat ad hoc të shpërndara sipas nevojës gjatë gjithë javës.

Takime mujore të komunikimit

Agjenda e komunikimit në baza mujore mund të vendoset më së miri gjatë një takimi të brendshëm mujor. Për përditësimet javore, zëdhënësi dhe prokurorët mund të takohen për pesë minuta sa herë që kanë kohë të lirë nga agjenda e prokurorëve – qoftë një me një ose në grup.

Takimet e komunikimit duhet të mbahet çdo muaj:

- Në të duhet të marrin pjesë zëdhënësi, udhëheqësit e departamenteve, administratori, bashkëpunëtorët profesional sipas rastit dhe Kryeprokurori sipas rastit.
- Palët kryesore që nuk mund të marrin pjesë duhet të ndajnë një përditësim me shkrim me zëdhënësin përpara takimit.
- Takime duhet të mbulojnë si vijon:
 - Rishikim i aktivitetit të vazhdueshëm në të gjithë institucionin.
 - Komunikime proaktive
 - Identifikoni materialet që mund të jenë të përshtatshme për komunikim dhe që mund të tërheqin vëmendjen e publikut.
 - Identifikoni se cilat nga këto materiale mund të shpërndahen ligjërisht me publikun.

- Për materialet që nuk mund të shpërndahen ligjërisht, por që mund të ngjallin interes, përgatitni përgjigje të mundshme për pyetje të mundshme.
- Për materialet që mund të shpërndahen ligjërisht dhe që janë potencialisht të përshtatshme për komunikim, identifikoni përmbajtjen që është në interes të publikut. Punoni me këtë listë për të selektuar materialin më të rëndësishëm dhe të përshtatshëm për t'u shpërndarë, duke siguruar që përmbajtja është e vlefshme dhe relevante për publikun.
- Komunikimi reaktiv
 - Rishikoni aktivitetin e komunikimit të jashtëm në lidhje me PSRK-në – komentet, zhvillimet e jashtme, sulmet etj.
 - Identifikoni se cilat prej këtyre zhvillimeve kërkojnë përgjigje nga PSRK:
 - A është pyetur dikush nga PSRK-ja drejtpërdrejt për një çështje për të cilën duhet të jepet përgjigje?
 - A ka ndodhur ndonjë zhvillim në një fushë të ndërlidhur, në të cilën PSRK-ja ka kontribuar, e i cili mund të ofrojë përmbajtje ndihmëse ose informative?
 - A kërkohet ndonjë korrigjim?

Kur zhvilloni materiale komunikimi në përputhje me hapat e mësipërm, proceset e mëposhtme mund të ndihmojnë me qëndrueshmërinë dhe standardizimin.

Pyetjet Themelore

Përpara se të hidhni hapat e parë për sa i përket zgjedhjes dhe përdorimit të mjeteve të komunikimit, është e dobishme të bëni pyetjet e mëposhtme përpara se të filloni:

- Çfarë po përpiqeni të arrini me këtë komunikim dhe/ose çfarë mesazhi po përpiqeni të përcillni?
- Kujt dëshironi t'ia dërgoni këtë mesazh (d.m.th. cilës audiencë të synuar?) dhe çfarë mund të bëni për t'u siguruar që ata ta dëgjojnë atë (d.m.th. çfarë lloj gjuhe? Cilët elementë të tregimit duhet të theksohen? A mund të plotësohet komunikimi me raste studimore, statistika ose komente nga staf/shifra/organizata/institucione të veçanta?)
- Si mund të intensifikohet ndikimi me audiencat e synuara nëpërmjet zbatimit – d.m.th. kur duhet të dërgohet, në cilin format, në cilën platformë?

Hapat praktik për projektimin e proceseve të komunikimit

- Krijoni një grup standard komunikimesh përgjatë një afati kohor standard për çdo aktivitet për të cilin është e përshtatshme të komunikohet.
- Çdo fazë në zhvillimin e një rasti, për shembull, duhet të ketë një sërë hapash që duhen ndjekur.
- Për ndonjë arrestim, akuzë/aktakuzë, shpalljen e datave të gjyqimit, fillimin e gjyqimit, çdo ditë/javë të gjyqimit, vendimin, dënimin, ankesën – komunikimet e PSRK-së duhet të ndjekin gjithmonë të njëjtin model.

- E njëjta gjë vlen edhe për:
 - o Hetimet, bastisjet, konfiskimet etj...
 - o Për publikime të një raporti, njoftimi, sondazhi...
 - o Në përgjigje të pyetjeve nga gazetarët.
- Për të gjitha këto raste, duhet të ketë dakordim për sa vijon:
 - o Çfarë lloj komunikatash (një deklaratë për shtyp, një deklaratë me shkrim, një deklaratë para kamerave, një op-ed, një postim në mediat sociale etj) dhe pse.
 - o Ku/si lëshohen këto komunikata (p.sh. përmes emailit në listat mediatike të gazetarëve, të postuara/publikuara në web-faqe, në cilat kanale të mediave sociale etj.)
 - o Kur lëshohen komunikimet – para disa aktiviteteve (dhe sa herët në përputhje me to), në mënyrë simultane me aktivitete të tjera, ose pas ngjarjeve të caktuara (dhe sa kohë pas, duke përfshirë sqarimin e afatit të fundit kur mund të lëshohet një komunikim).
 - o Po ashtu, cilat janë proceset e miratimit të brendshëm për aprovimin e komunikimeve para se ato të shpërndahen.

Lista e Medieve

- Krijoni dhe ruani një listë që përmban detaje të plota të kontakteve dhe adresave të emailit të gazetarëve përkatës, në mënyrë që të mund të dërgoni buletin e së hënës dhe komunikime të tjera me shpejtësi dhe në mënyrë të organizuar.

Kalendarët

- Zhvilloni dhe mbani një kalendar aktiviteteve për koordinimin e brendshëm – rastet dhe pjesët e punës për të cilat jeni në dijeni paraprakisht, publikime, ngjarje, njoftime, etj.
- Hartoni nga kjo një version i cili mund të ndahet me gazetarët – ua jepni të gjithë gazetarëve në listat tuaja të mediave si dokument ose bëjeni të disponueshëm online.
- Në mënyrë ideale, një kalendar mujor ose javor duhet të plotësohet/përditësohet dhe të ndahet me gazetarët në fillim të çdo jave/muaji, në mënyrë që ata të dinë se çfarë po ndodh dhe atë që mund ta mbulojnë potencialisht.

Harrimi i Komunikatave

Lista kontrolluese praktike për hartimin e komunikimeve

- Komunikimet të jenë të qarta, të qasshme dhe të lehta për t'u kuptuar nga të gjithë audiencat e synuara, veçanërisht nga publiku dhe media.
- Gjuha duhet të jetë e thjeshtë, pa motive (d.m.th. neutrale emocionale; e fokusuar në fakte) dhe sa më e lirë nga zhargonet dhe termat teknike. Toni dhe gjuha e duhur do të nënkuptojnë se mesazhet kuptohen dhe përthithen më shpejt dhe plotësisht.
- Çfarë mund t'i shtohet komunikimit për ta forcuar atë në dritën e audiencës së synuar? A do të ishte produktive shtimi i një rasti studimor pozitiv, një statistikë e fuqishme, një citat për një drejtues në një organ tjetër publik ose organizatë të shoqërisë civile, apo për t'i drejtuar lexuesit në mbështetje dhe/ose burime? Këto

janë mënyra të thjeshta për të forcuar një komunikim - për ta bërë atë më të pasur dhe më me ndikim pa u devijuar nga mesazhet kryesore ose pa e zgjatur shumë.

KOMUNIKIMET NË BAZA TRE MUJORE DHE VJETORE

Konferencat për shtyp mund të mbahen si përgjigje ndaj rasteve të ndjeshme ose të profilit të lartë, gjatë situatave të krizave, ose si një reagim ndaj zhvillimeve të rëndësishme. Përveç kësaj, ato mund të planifikohen rregullisht për të promovuar aktivitetet dhe arritjet e PSRK-së, duke mundësuar një angazhim të drejtpërdrejtë me media dhe gazetarë.

PSRK-ja mund të shqyrtojë mundësinë e caktimit të konferencave për shtyp të rregullta, me frekuencë tremujore, dy herë në vit, ose çdo vit, për të realizuar qëllime të tilla si:

- Ndarja e të dhënave statistikore
- Përmbledhja e mesazheve të ndara gjatë komunikimeve javore, të zakonshme
- Përmbledhja e zhvillimeve dhe trajtimit të rasteve të ndjeshme dhe të profilit të lartë
- Sukseset e profilizuara dhe ndikimi
- Parashtrimi i pyetjeve për botime ose arritje/raste specifike.

Udhëzues për konferencën për shtyp

Konferencat për shtyp janë një mjet i vlefshëm për t'iu adresuar temave me profil të lartë, të cilat pritet të shkaktojnë interes të madh publik dhe medial. Duke mbajtur një konferencë shtypi, ju do të keni mundësinë t'u ofroni mediave informacionet kyçe në një kohë dhe vend të përshtatshëm, duke ofruar gjithashtu përmbajtje video incizimi (nëse konferenca është e filmuar) e cila mund të shpërndahet edhe nëpërmjet televizioneve. Gjatë një seance interaktive, do të mund të përgjigjeni pyetjeve të gazetarëve, duke krijuar mundësinë për të formësuar në mënyrë të qartë dhe të vendosur narrativën rreth temës që po trajtohet.

Megjithatë, ndonëse njoftimi për shtyp mund të arrijë një efekt të ngjashëm duke e shpërndarë në të njëjtën kohë përmes mediave të shumta, është e rëndësishme të merrni parasysh kostot dhe burimet që kërkon organizimi i një konference për shtyp. Vlerësoni përfitimet që mund të sjellë një konferencë për shtyp në krahasim me mundësitë e tjera, para se të merrni vendimin për të vazhduar me planet që i keni.

Duhet pranuar gjithashtu se një konferencë për shtyp u jep mundësi gazetarëve të bëjnë pyetje që nuk kanë të bëjnë me temën për të cilën po thirret konferenca, që do të thotë se tema për të cilën është thirrur konferenca mund të vendoset lehtësisht nën hije, nëse ka më shumë çështje aktuale për median. Kjo do të thotë se konferenca mund të thirret për një temë më pak të rëndësishme, ndërsa vetë pjesëmarrësit e konferencës e dinë se mediat do të jenë më të interesuara për përgjigjet në pyetje të tjera më aktuale.

Si rezultat, është thelbësore që përgatitja për çdo konferencë të jetë gjithëpërfshirëse, me folësit që shqyrtojnë dhe zhvillojnë përgjigje për çdo pyetje të mundshme që mund

t'u dalë. Nëse në konferencë dëgjohen pyetje që janë befasuese apo të papritura për pjesëmarrësit e konferencës, kjo do të thotë se konferenca nuk është përgatitur siç duhet.

Ndiqui këto hapa për të koordinuar një konferencë për shtyp:

1. Planifikimi i Konferencës për Shtyp – Zgjidhni kohën dhe vendin e përshtatshëm për mbajtjen e konferencës, duke u siguruar që të jetë vend i përshtatshëm për pjesëmarrjen e gazetarëve
2. Njoftoni dhe ftoni gazetarët të paktën disa ditë përpara se të planifikohet të mbahet konferenca. Nëse arsyeja e konferencës janë aktualitetet ditore, është e nevojshme që njoftimi t'u dërgohet gazetarëve disa orë më herët, në mënyrë që ata të organizohen.
3. Ftesat duhet të dërgohen në mënyrë të plotë dhe të koordinuar me listat e mediave të PSRK-së (p.sh. tabela e gazetarëve), për të siguruar përfshirjen e mediave dhe gazetarëve nga të gjitha fushat e interesit, si ato komerciale ashtu edhe ato politike.
4. Njoftimi për mbajtjen e konferencës për shtyp duhet të përfshijë temën e konferencës, gjegjësisht arsyen se përse po organizohet konferenca, kohën dhe vendin e konferencës, folësit në konferencë dhe detaje të qarta se kush mund të marrë pjesë (d.m.th. nëse lejohen fotografët dhe video-filmuesit).
5. Njoftimi për mbajtjen e konferencës për shtyp duhet të tregojë afatin e fundit për dorëzimin e letrave kredenciale për shtyp (emri dhe mbiemri i gazetarit, kameramanit dhe fotoreporterit, medias).
6. Përpara konferencës, rishikoni mesazhet dhe objektivat kryesore të konferencës dhe sigurohuni që folësit e duhur të jenë caktuar. Folësit dhe pjesëmarrësit duhet të bien dakord për atë që do të thonë dhe për mesazhet thelbësore që do të dërgojnë.
7. Qëllimi i përgjithshëm i konferencës për shtyp në përgjithësi duhet të jetë promovimi dhe prezantimi pozitiv i punës së PSRK-së, por është e dobishme të merret në konsideratë nëse ka pasur sulme të kohëve të fundit dhe të ndërlidhura që mund të kundërshtohen/korrigjohen në mënyrë efektive dhe të shpejtë në kontekstin e konferencës për shtyp.
8. Rishikoni pyetjet e mundshme me folësit dhe sigurohuni që ata të ndihen të përgatitur mirë. Merrni mbështetje për kërkime, informime ose trajnime nga personeli i brendshëm ose organizatat e jashtme aty ku kërkohet dhe është e mundur.
9. Përgatitni një prezantim vizual për të shoqëruar temën e prezantimit, duke ofruar imazhe, infografikë dhe tekst përmbledhës përkatës.
10. Materialet e shkruara duhet t'u shpërndahen gazetarëve gjatë konferencës për shtyp (fjalimi i pjesëmarrësve, të dhënat e shkruara, statistikat, etj.). Kjo do të shmangë mundësinë që gazetari të përcjellë informacione që ai ose ajo i ka dëgjuar gabimisht. Materiali i shkruar mund të përdoret gjithashtu për të prezantuar dhe krijuar lidhje me tema të reja me të cilat gazetarëve do t'u kërkohet të angazhohen në të ardhmen.
11. Është e rëndësishme që pas konferencës të lëshohet një komunikatë për shtyp duke ofruar mesazhe kyçe për mediat që nuk kanë qenë pjesë e konferencës.

Mjetet e komunikimit

PSRK-ja duhet të përdorë rregullisht njoftimet për shtyp, deklaratat përmes faqes së internetit, postimet në Facebook, konferencat për shtyp, paraqitjet publike dhe intervistat e transmetuara për të përcjellë mesazhet e saj tek audiencat e saj kryesore. Megjithatë, nëse zyra ka kapacitet dhe burime për të eksperimentuar me mekanizma alternativë dhe më tërheqës vizualisht për komunikim, mund të synoj të zgjeroj listën e mjeteve të komunikimit që ka në dispozicion.

Cilat janë mjetet e disponueshme për të komunikuar?

- Njoftim për shtyp
- Deklarata ose komente
- Buletinet informuese
- Konferenca për shtyp
- Videoklipe të regjistruara paraprakisht, duke përfshirë prokurorët ose zëdhënësit që flasin para kamerës
- Konferenca për shtyp (ngjarje me prezencë fizike)
- Konferencë për shtyp (dokument i lëshuar në formë dixhitale)
- Seminare, punëtori, konsultime; takime formale dhe joformale
- Raporte dhe publikime
- Broshura dhe manuale
- Buletinet
- Pjesëmarrje në konferenca, debate, tryeza të rrumbullakëta
- Editoriale të opinionëve në median e shkruar, duke përfshirë kolonat, komentet dhe analizat
- Sondazhet
- Infografikë
- Fotografi
- Përbajtje të qasshme për personat me aftësi të kufizuara (përkthim në gjuhën e shenjave, titrim, materiale në shkrim Braille dhe në formë elektronike, etj.).
- Rrjetet/mediat sociale (N.B. si në udhëzimet e mëposhtme, përdorimi/përfshirja e mediave sociale ose përbajtjes së ri-dizajnuar të ueb-it është opcionale dhe do të vepohet pas disponueshmërisë së burimeve/kapacitetit më të madh.)
- Web faqja, faqet e internetit.

B. KOMUNIKIMET REAKTIVE: PËRGJIGJE NDAJ SULMEVE DHE DEZINFORMIMIT

Siç është theksuar në seksionin "sfidat e jashtme" të kësaj strategjie, agjendat politike dhe shprehjet e shpeshta (ndër të cilat përfshihen edhe sulme të hapura dhe armiqësore nga disa departamente qeveritare) në media, nënkuptojnë se PSRK-ja shpesh bëhet objekt i kritikave publike që janë të motivuara nga besnikëria politike, dhe jo nga vlerësimi i efektivitetit të punës së zyrës. Kjo mund të ndikojë negativisht

në formimin e opinionit publik, duke përhapur pretendime të pasakta dhe të pabazuara.

Për më tepër, mediat nuk janë plotësisht të pavarura ose të rregulluara në mënyrën e duhur, duke krijuar mundësi për raporte të pasakta ose të njëanshme që mund të bazohen në interesa politike ose komerciale. Ndërkohë që disa media të specializuara janë mirë të informuara për drejtësinë penale dhe sistemin ligjor, mediat në përgjithësi shpesh kanë njohuri të kufizuara mbi funksionet, përgjegjësitë, kompetencat dhe arritjet e PSRK-së, gjë që gjithashtu çon në raportim të pasaktë.

PSRK-ja është e detyruar të mbajë konfidencialitetin dhe të fsheh disa informacione (siç janë detajet mbi rastet e hapura). Megjithatë, në rastet kur zyrat përballen me sulme të pasakta dhe përhapje të dezinformative, PSRK-ja duhet të ndërmarrë hapa për të korrigjuar informacionet, duke siguruar transparencë dhe duke ofruar të dhëna të sakta për publikun, si më poshtë:

Vlerësimi se cilat sulme duhet ti përgjigjeni:

Ekzistenca e dezinformative në hapësirën publike dëmton reputacionin e PSRK-së. Prandaj, shumica e sulmeve duhet të kundërshtohen nëse është e mundur, por jo të gjitha kërkojnë përgjigje ose përgjigje të qëndrueshme/të vazhdueshme.

Përgjigjuni dhe korrigjoni:

- Çdo sulm që jep informacion të pasaktë për raste specifike që po trajton PSRK-ja. Sulmet tjera më pak specifike duhet të trajtohen nga Këshilli Prokurorial i Kosovës.
- Sulmet personale që komprometojnë aftësinë e një prokurori për të përmbushur punën e tij/kanë lidhje me jetën e tyre profesionale - p.sh. që i akuzojnë për korrupsion, kryerjen e një krimi ose marrëdhënie të papërshtatshme me një koleg, për shembull.
- Sulmet personale që po marrin vëmendje të konsiderueshme të medias vendore.

Mos u ktheni përgjigje:

- Sulmet që nuk kanë të bëjnë me detyrën apo aktivitetin e PSRK-së në ndonjë aspekt kuptimplotë
- Sulmet personale që janë thashetheme të përmasave të vogla që nuk marrin një vëmendje të madhe. Vini re se ju MUND të përgjigjeni nëse ju kërkohet nga një gazetar - d.m.th. të sqaroheni në mënyrë reaguese - por nuk keni nevojë të postoni përgjigje PROAKTIVE

Vini re gjithashtu se nëse nuk është e përshtatshme t'i përgjigjeni një sulmi në atë kohë, mund të mendoni ta trajtoni atë në kontekstin e një konference më të madhe për shtyp, në të cilën qëllimi kryesor i konferencës për shtyp është promovimi pozitiv i punës së PSRK-së, por gjatë së cilës sulmet e ndërlidhura mund të referohen dhe korrigjohen/kundërshtohen.

Nëse sulmet vazhdojnë për të njëjtën çështje, ekzistojnë dy opsione – gjykoni bazuar në ashpërsinë e akuzës / natyrën e detajit (d.m.th. një mund të mos jetë i përshtatshëm)

- Përshkallëzoni gjuhën - përdorni opsionin e gjuhës më të fortë të dhënë më poshtë.
- Referojini njerëzve në bazë të deklaratës origjinale: Përpikuni të mbani komunikimet sa më të thjeshta dhe të kufizuara, duke i referuar audiencës përmes deklaratave origjinale në mediat sociale, në vend që të publikoni përmbajtje të re.
- > “Pas çështjes shtesë të informacionit të pasaktë nga Y në lidhje me X, PSRK-ja i referohet edhe një herë deklaratës së publikuar në datën Z – [jep një lidhje me deklaratën].”
- > Vetëm me email si përsëritje të deklaratës për gazetarët ose hartoni dhe postoni një deklaratë të re nëse sulmet pasuese përfshijnë sasi të konsiderueshme të dezinformatave të reja, që po rriten ndjeshëm ose kaloni në një temë të re duke qenë ende pjesë e për shkëmbimit fillestar

Udhëzime hap pas hapi për përgjigje

1. Verifikoni burimin e sulmit ose dezinformatës dhe përcaktoni platformën në të cilën është shpërndarë informacioni.
2. Monitorimi i platformave përkatëse të komunikimit për të identifikuar çdo koment ose përsëritje të sulmit/dezinformatave në mediat sociale dhe kanalet e tjera mediatike.
3. **Prioriteti i kohës së reagimit: Sigurohuni që PSRK të reagojë sa më shpejt të jetë e mundur, duke sqaruar situatën dhe duke siguruar fakte të sakta, në mënyrë që dezinformatat të mos përhapen dhe të mos përsëriten.**
4. Në bazë të të kuptuarit të situatës, zëdhënësi duhet të përgatisë një korrigjim/përgjigje/deklaratë. Komunikimi duhet të jetë i shkurtër, konciz, i bazuar në fakte dhe neutral në ton, sipas udhëzimeve në seksionin "neutraliteti tonal" në këtë strategji.
5. Më pas, zëdhënësi duhet t'ia shpërndajë këtë personelit përkatës për shqyrtim dhe të konfirmojë saktësinë teknike dhe korrektësinë e përmbajtjes, duke u siguruar se është faktikisht i saktë dhe nuk zbulon asnjë informacion konfidencial që nuk duhet të publikohet.
6. Pasi të nënshkruhet nga Kryeprokurori, deklarata duhet të postohet sa më shpejt që të jetë e mundur në faqen e PSRK-së dhe në Facebook/shpërndarë në mediat sociale.
7. Nëse sulmi është i rëndësishëm ose është marrë tashmë nga media vendore, deklarata mund t'u dërgohet me email edhe gazetarëve në listën e mediave të lartpërmendur të PSRK-së. Nëse përfshin një akuzë në shkallë të vogël dhe nuk ka gjasa të raportohet nga media, shmangni nxitjen e shkëmbimit duke njoftuar gazetarët përmes emailit dhe thjesht postoni në faqen e internetit të PSRK-së dhe mediat sociale.
8. Sigurohuni që detajet e kontaktit për zëdhënësin (email dhe linjë direkte telefonike) të figurojnë në deklaratë, në faqen e internetit dhe në email nëse del jashtë institucionit.

Përgjigjet ndaj sulmeve: opsionet e shablloneve për deklaratat e shkruara

Një përgjigje e matur dhe teknike që është ende e fuqishme - për përdorim në rastin e një sulmi që kërkon një përgjigje, por nuk është jashtëzakonisht nxitëse.

“Prishtinë, 30 tetor 2024 – Prokuroria Speciale e Republikës së Kosovës (PSRK) sot duhet të bëjë një korrigjim pas shpërndarjes së informatave të pasakta nga [pala/organi sulmues]. Deklarata e ministres së Drejtësisë Albulena Haxhiu për PSRK-në është e pasaktë, dhe si rrjedhojë, i mashtron dhe dezinformon qytetarët për një çështje të rëndësishme të interesit publik.

Në orën X sot, ministrja e Drejtësisë Albulena Haxhiu ka ndarë shqetësimet për rastin dhe ka lëshuar një deklaratë duke thënë se “janë të shqetësuar pasi Prokuroria Speciale ka mbyllur hetimet për rastin e pronës milionëshe në Veternik”. PSRK-ja mund të konfirmojë se rasti Veterniku” është jashtë juridiksionit të saj sepse rasti ka të bëjë me [xxxx]. Prandaj ky rast nuk është dhe asnjëherë nuk ka qenë nën kompetencën e PSRK-së, dhe si rezultat nuk është hetuar nga PSRK-ja.

Pas nevojës për korrigjimin e këtij dezinformimi, PSRK-ja inkurajon partnerët dhe bashkëpunëtorët e respektuar që të veprojnë në frymën e bashkëpunimit që kërkohet për mbrojtjen efektive të qytetarëve të Kosovës.

Kemi kënaqësinë të sigurojmë publikun se PSRK-ja mbetet një burim i besueshëm i informacionit të saktë dhe se është e përkushtuar për luftimin e krimit të organizuar dhe vënien para drejtësisë të autorëve të krimit të rëndë dhe të organizuar, korrupsionit dhe krimit financiar, terrorizmit dhe krimeve të luftës. [ose shtoni ndonjë informacion tjetër relevant në lidhje me punën e PSRK-së].

Për të mësuar më shumë rreth punës së PSRK-së, vizitoni faqen tonë të internetit [këtu](#).

Një përgjigje ekstra e fuqishme me gjuhë të shtuar për sulmet më të tmerrshme

“Data - Prokuroria Speciale e Republikës së Kosovës (PSRK) shpreh keqardhje të thellë që sot duhet të deklarohet që të adresojë shpërndarjen e dezinformatave serioze tek publiku kosovar nga [x parti/individ/institucion].

Në një [intervistë/deklaratë/etj] që komprometon të drejtat e qytetarëve për informacion të saktë për institucionet dhe përfaqësuesit e tyre publik, në datën X [x parti/individ/institucion] mashtroi elektoratin kosovar për një çështje të rëndësishme me interes publik duke thënë X. Kjo është e pasaktë sepse...

PSRK është e shqetësuar që, edhe një herë, është e detyruar të ndërmarrë hapa për të siguruar mirëkuptimin e publikut për operacionet dhe aktivitetet e rëndësishme, duke korrigjuar informacionin e dhënë. Ajo u bën thirrje partnerëve dhe bashkëpunëtorëve të saj të nderuar që të adoptojnë një qasje bashkëpunuese, e cila është thelbësore për mbrojtjen efektive të qytetarëve të Kosovës.

Kemi kënaqësinë të sigurojmë publikun se PSRK-ja mbetet një burim i besueshëm i informacionit të saktë dhe se është e përkushtuar për luftimin e krimit të organizuar dhe vënien para drejtësisë të autorëve të krimit të rëndë dhe të organizuar, korrupsionit

dhe krimit financiar, terrorizmit dhe krimeve të luftës. [ose shtoni ndonjë informacion tjetër relevant në lidhje me punën e PSRK-së].

Për të mësuar më shumë rreth punës së PSRK-së, vizitoni faqen tonë të internetit [këtu](#).

Një përgjigje ndaj një sulmi personal (përgjigje e lëshuar nëse ata po dominojnë median ose nëse kanë ndikim në një rast).

“Data – PSRK-ja sot lëshon deklaratë për të korrigjuar informacionet e pasakta që janë shpërndarë në lidhje me X.

Raportet kanë gabuar [tha xyz], por PSRK mund të konfirmojë se kjo është e pasaktë dhe se [shpjegoni përgjigjen e saktë].

PSRK punon në interes të publikut dhe merr vendime ekskluzivisht sipas standardeve etike dhe profesionale, kushtetutës dhe rregulloreve ligjore. Detyra e saj kryesore është të luftoj krimin e organizuar dhe të sjellë para drejtësisë autorët e krimit të rëndë dhe të organizuar, korrupsionit dhe krimit financiar, terrorizmit dhe krimeve të luftës. PSRK punon për të garantuar sigurinë e të gjithë qytetarëve përmes mbrojtjes efikase dhe cilësore të sigurisë së tyre dhe të drejtës së tyre për të jetuar në një shoqëri të lirë nga krimi i organizuar, korrupsioni i nivelit të lartë, pastrimi i parave, krimet e luftës dhe terrorizmi.

PSRK-ja i kushton vëmendjen e plotë përmbushjes së funksioneve të saj kryesore dhe vazhdon t'i shërbejë interesit publik me përkushtim, transparencë, pavarësi dhe autoritet. Ajo inkurajon partnerët dhe bashkëpunëtorët e saj të respektojnë që të veprojnë në frymën e bashkëpunimit të kërkuar për të mbrojtur në mënyrë efektive qytetarët e Kosovës.

Për të mësuar më shumë rreth punës së PSRK-së, vizitoni faqen tonë të internetit [këtu](#).

C. KOMUNIKIMI I RASTEVE TË NDJESHME DHE TË PROFILIT TË LARTË

Rastet e ndjeshme dhe të profilit të lartë (një shembull i fundit është dhënë nga sulmi në Banjska në 2023) kërkojnë trajtim të kujdesshëm për shkak të sfidave të shumta që ato paraqesin: rastet që ka të ngjarë të tërheqin vëmendje të konsiderueshme janë gjithashtu rastet a) që ka të ngjarë të ndajnë opinionin/shkaktojë polemika dhe b) për të cilat PSRK duhet të ruajë dhe të fshehtë informacionin kyç, të kërkuar.

Shumë nga të njëjtat parime këtu zbatohen edhe kur bëhet fjalë për komunikimet në raste krizash të një shkalle më të gjerë, kështu që disa nga materialet e mëposhtme përsëriten në kontekstin e udhëzuesit gjithëpërfshirës të komunikimit në raste krize, e të cilat janë dhënë në fund të kësaj strategjie.

Kur hartoni komunikim që kanë të bëjnë me raste të ndjeshme dhe të profilit të lartë, përafroni aktivitetin dhe qasjen me parimet e mëposhtme:

Saktësia, efikasiteti dhe afati kohor

Ky parim nënkupton komunikimin në kohë të informacionit të saktë dhe të verifikuar. Nëse dikush vonon komunikimin e informacionit të saktë, i lë hapësirë dhe kohë mediave që të marrin informacion jo të plotë në mënyra të tjera, me ndihmën e burimeve të tyre, gjë që mund ta thellojë më tej krizën.

Publiciteti dhe të qenit të hapur

Një parim tjetër që zbatohet edhe në komunikimin në raste krize, është publiciteti dhe sinqeriteti, që nënkupton se të gjitha mediave, pa diskriminim dhe pa favorizime, duhet t'u jepet qasje në informacion. Ky informacion duhet të komunikohet në mënyrë të thjeshtë dhe të kuptueshme, të jetë i paqartë dhe plotë. Është më mirë të thuash dy fjali plotësisht të qarta sesa dhjetë fjali që mund të keqinterpretohen.

Natyrisht, ky parim përjashton informacionin që nuk mund të zbulohet për shkak të kufizimeve ligjore, në atë pikëpamje se edhe ky kufizim duhet të shprehet dhe shpjegohet qartë.

Mbrojtja e informacionit konfidencial

Mbrojtja e informacionit konfidencial, si parim, zbatohet për të gjitha llojet e komunikimit, duke përfshirë komunikimin në raste krizash, që do të thotë se komunikimi në ZPS bëhet në atë mënyrë që informacioni i shënuar me një nivel të caktuar konfidencialiteti të mos i vihet në dispozicion personave të paautorizuar.

Edhe në rastin e informacionit konfidencial, është e nevojshme të shpjegohet se një informacion i tillë është konfidencial, domethënë se ka arsye pse ai nuk mund të zbulohet.

Prezumimi i Pafajësisë

Një parim i rëndësishëm i komunikimit ka të bëjë me respektimin e prezumimit të pafajësisë. Ky parim nënkupton që të gjithë në PSRK duhet të sigurojnë që deklaratat e tyre për të pandehurin, veprën penale dhe procedurën të mos cenojnë të drejtën e të pandehurit për t'u konsideruar i pafajshëm derisa të vërtetohet fajësia e tij me vendim gjyqësor të formës së prerë.

Komunikimi i planifikuar

Komunikimi i PSRK-së kryhet në mënyrë të organizuar, sipas një plani të paracaktuar, i cili mund të zhvillohet duke përdorur këtë udhëzues.

E drejta e publikut për të ditur dhe ligjshmëria

Duke folur për veprimet e PSRK-së, është gjithmonë e rëndësishme të arrihet një ekuilibër ndërmjet të drejtës së publikut për të ditur dhe mbrojtjes së ligjshmërisë së vetë procedurës penale. Për këtë arsye, parimet e PR në raste krize të PSRK-së ndryshojnë nga parimet e PR të rasteve të krizave të organizatave të tjera.

Një shënim për afatet kohore dhe deklaratat e mbajtur

Mbani mend, gjithmonë mund të thoni "Ne do të ofrojmë informata të përditësuara deri në orën/datën X ose "sa më shpejt të jetë e mundur", edhe nëse nuk jeni në gjendje të jepni më shumë informacion. Krijimi i kontakteve, të folurit dhe të dëgjuarit është kritike për blerjen e kohës dhe ndërtimin e kontrollit të situatës nga PSRK.

- Parimi më i rëndësishëm i komunikimit në raste krize i referohet shpejtësisë së reagimit. Është shumë e rëndësishme të reagoni menjëherë ndaj një krize kur ato tashmë kanë ndodhur. Nuk guxon të lejohet që opinioni publik të krijoj mendimin e tyre pa komunikim nga PSRK-ja.
- Veprimi duhet të jetë i shpejtë: lajmet përmes mediave sociale dhe portaleve përhapen me shpejtësi dhe pritja mund të dëmtojë PSRK-në sepse heshtja mund të keqinterpretohet dhe vetë heshtja bëhet lajm negativ për PSRK-në.
- Nëse kontakti me median nuk vendoset sa më shpejt që të jetë e mundur, për të dhënë informacion bazë, ekziston rreziku që publiku të krijoj imazhin e një institucioni të paafte që nuk di të përballlet me situatën në fjalë.
- Asnjë informacion, nuk ofron bazë për pretendime se PSRK-ja qëllimisht po i fsheh informatat dhe në këtë rast mediat kërkojnë një burim tjetër informacioni që jo domosdoshmërisht është në favor të PSRK-së.
- Heshtja në raste të tilla pasqyron gjithmonë pasigurinë e një institucioni që nuk ka kontroll mbi ngjarjet dhe nuk synon ti marrë nën kontroll.
- Kushdo që mendon se në një krizë duhet të heshtë dhe të mbështetet në faktin se publiku do të harrojë një situatë të caktuar, duhet ta dijë me kohë se kjo është një strategji e gabuar komunikimi.
- Ekziston një rregull për komunikimin në raste krizash: **Nëse nuk komunikoni, publiku mendon se po fshihni diçka. Sa më shumë që flisni (mesazhe të paracaktuara sipas planit të vendosur) - publiku e humbet interesin më shpejt.**
- Është e detyrueshme të thuash të vërtetën dhe të pranosh përgjegjësinë për veprimet e dikujt sepse një gjë e tillë rrit besueshmërinë e institucionit.
- Nuk duhet të themi gjithçka, por gjithçka që themi duhet të jetë e saktë, e verifikuar dhe e provuar.

Udhëzues hap pas hapi: trajtimi i komunikimeve të ndjeshme, të rasteve të profilit të lartë

A. Faza fillestare: komunikimet e para

1. Sigurohuni që prokurorët dhe personeli kanë gatishmërisë për t'i ofruar zëdhënësit informacione të përditësuara.
2. Ofroni kuptim të plotë të asaj që mund dhe nuk mund të zbulohet publikisht (nga një këndvështrim teknik dhe ligjor) në fazat e hershme të çështjes.
3. Përcaktoni mesazhet themelore që duhet të shërbejnë si baza për çdo deklaratë të lëshuar."
4. Identifikoni pyetjet që ka të ngjarë të bëhen në fillim nga anëtarët e medias dhe publiku.
5. Përdorni këto materiale për të hartuar një lloj pako fillestare për media, e cila duhet të përfshijë përmbajtje të shkurtër ose mbështetëse për qëllimet e mëposhtme:
 - a. Deklaratat fillestare me shkrim (të cilat mund të jenë vetëm deklaratë) të lëshohen në media dhe të postohen në faqen e PSRK-së
 - b. Përgjigjet ndaj pyetjeve kyçe/të mundshme (që prokurorët t'i shqyrtojnë dhe t'i përdorin në kohën e duhur).

6. Lëshoni deklaratën e mbajtur nëse është e nevojshme – përfshini mesazhe sigurie për të menaxhuar panikun. Sqarohet për opinionin se SPARK është duke e trajtuar rastin dhe ata duhet të vazhdojnë me aktivitetet e tyre të përditshme.
7. Hartoni skenarë për nivele të ndryshme të vëmendjes mediatike dhe interesit publik. Nëse është e mundur, përgatitni deklaratë mbajtëse për rrjedhje të papritura të informacionit ose lajme të reja.
8. Në bazë të shkallës së interesit për rastin, vendosni nëse PSRK-ja do të:
 - a. Postoj një deklaratë në faqen e internetit / dërgoj deklaratë për shtyp
 - b. Postoj një deklaratë në faqen e internetit / dërgoj deklaratë për shtyp dhe jep intervista në transmetim
 - c. Postoj një deklaratë në faqen e internetit / dërgoj deklaratë për shtyp dhe publikoj një video të prokurorëve duke folur para kamerës për rastin
 - d. Mbaj konferencë për shtyp.
9. Përcaktoni një afat kohor të spekuluar rreth asaj se kur komunikimet duhet të përputhen me zhvillimet kyçe ose momentet kyçe në procesin ligjor të çështjes, duke siguruar që komunikimi të ndodh në përputhje me avancimin e këtij procesi.
10. Proceset e mësipërme në mënyrë ideale duhet të ndërmerren dhe të finalizohen brenda disa orëve/gjysmë dite, veçanërisht pasi pjesa më e madhe e materialit që do të ndahet me publikun dhe median në fazën fillestare duhet të jetë mbajtja e deklaratave.
11. Pasi të jenë vendosur të gjitha si më sipër, lëshoni deklaratën e parë zyrtare përmes faqes së internetit, në mediat sociale, ndoshta në një video të Kryeprokurorit, dhe theksoni se PSRK do të ofrojë më shumë informacion dhe mundësinë për parashtrimin e pyetjeve.

B. Komunikimi i detajuar dhe përgjigjja në pyetje: konferencë për shtyp

12. Më pas planifikoni, nëse është e përshtatshme, konferenca për shtyp.
 - a. Përdorni udhëzuesin për konferencat për shtyp si të paraqitur më lartë në këtë strategji
 - b. Ndiqni hapat për lëshimin e deklaratës fillestare (d.m.th. përcaktimi i asaj që mund ose nuk mund të zbulohet për publikun, hartimi i informacionit që mund të ndahet dhe të siguruarit që mesazhet thelbësore të arrijnë në vendin e duhur, identifikoni pyetjet që ka të ngjarë të parashtrihen dhe hartoni përgjigjet.
 - c. Identifikoni publikimet në aspektin teknik ose statistikor përkatës, shoqëruese që mund të ndahen për të informuar më mirë median dhe publikun.
13. Mbani konferencën për shtyp
 - a. Përsëri, mbështetuni në udhëzuesin e konferencës për shtyp të paraparë në këtë strategji.
 - b. Përmbajuni fakteve të verifikuara dhe shmangni spekulimet ose detaje e panevojshme. Përdorni gjuhë që thekson drejtësinë, procesin e duhur dhe përkushtimin ndaj drejtësisë.
 - c. Vendosni kufijtë e komunikimit - tregoni qartë se çfarë informacioni mund dhe nuk mund të ndahet paraprakisht (p.sh., "Rasti është në proces dhe ne nuk mund të japim detaje të mëtejshme në këtë moment.").

- d. Referojuni udhëzuesit më poshtë për menaxhimin e pyetjeve sfiduese nga gazetarët.
- 14. Në vijim të konferencës për shtyp, monitoroni për aq sa është e mundur mbulimin mediatik, diskutimet në mediat sociale dhe reagimet e publikut
 - a. Sigurohuni që gazetarët të mund të kontaktojnë zëdhënësin për të bërë pyetje pasuese dhe për të sqaruar detajet.
 - b. Identifikoni dezinformatat që mund të kërkojnë sqarim ose korrigjim.

C. Menaxhimi i vazhdueshëm

- 15. Siguroni përditësime të rregullta, nëse është e mundur/e përshtatshme, nëpërmjet deklaratave të faqes në internet ose videove të shpërndara në faqen e internetit dhe mediave sociale të prokurorëve që flasin para kamerës.
 - a. Këto përditësime duhet të përforcojnë besimin duke ruajtur konfidencialitetin.
- 16. Përgjigjuni pyetjeve
 - a. Përgjigjuni pyetjeve brenda kufijve ligjorë dhe etik.
 - b. Shmangni përgjigjet "pa koment" kur është e mundur; në vend të kësaj, përdorni fraza neutrale dhe të përgatitura si "Nuk jemi në gjendje të diskutojmë detaje specifike ndërsa çështja është në shqyrtim".
- 17. Nëse rasti përshkallëzohet dhe si pasojë kthehet në krizë të madhe, referojuni udhëzuesit të komunikimit për trajtimin e krizave si më poshtë.
 - a. Ritheksoni gjithmonë përkushtimin për transparencë brenda kufijve ligjorë dhe etikë.
- 18. Vazhdoni të adresoni dezinformatat
 - a. Korrigjoni informacionin e rremë ose mashtrues menjëherë dhe drejtpërdrejt.
 - b. Përdorni mediat sociale, deklaratat për shtyp ose intervistat për të sqaruar pasaktësitë.
- 19. Mbani një qëndrim të unifikuar
 - a. Sigurohuni që i gjithë stafi dhe partnerët (p.sh., zbatuesit e ligjit dhe këshilltarët e jashtëm) t'i përmbahen mesazheve të dakorduara.

D. Përfundime dhe mësimet e nxjerra

- 20. Kur rasti të përfundojë, shpallni rezultatin.
 - a. Përgatitni një deklaratë përfundimtare që përmbledh zgjidhjen e rastit dhe ndajeni me gazetarët.
 - b. Caktoni konferencën për shtyp në mënyrë që prokurorët të mund të flasin drejtpërdrejt në përfundim dhe t'u përgjigjen pyetjeve.
 - c. Theksoni respektimin e parimeve ligjore dhe të drejtësisë.
- 21. Reflektoni dhe dokumentoni mësimet e nxjerra
 - a. Realizimi i një diskutimi me zëdhënësin, administratorin, shefat e departamenteve dhe, nëse është e nevojshme, Kryeprokurorin dhe profesionistët përkatës.
 - b. Analizoni se çfarë funksionoi dhe çfarë mund të përmirësohet.
 - c. Përditësoni strategjinë bazuar në këto gjetje.

Kjo qasje duhet të ndihmojë në krijimin e besueshmërisë afatgjatë për PSRK-në, duke përdorur trajtimin e rasteve konkrete për të forcuar angazhimin e zyrës ndaj drejtësisë,

transparencës dhe praktikave etike. Gjithashtu, siguron që komunikimi të menaxhohet në mënyrë sistematike, duke minimizuar rreziqet dhe ruajtur besimin e publikut përmes qëndrueshmërisë.

Pyetje sfiduese: trajtimi i pyetjeve të padëshiruara nga gazetarët

Gazetarët shpesh u bëjnë pyetje prokurorëve ose zëdhënësve edhe kur ata janë informuar për temat për të cilat duhet të pyesin, ose edhe kur ata janë është jashtë orarit të punës.

1. Pyetje të cilave ju ua dini përgjigjen, por që nuk dëshironi t'u përgjigjeni në detaje, sepse i konsideroni si shpërqendrim nga fokusi i intervistës ose konferencës për shtyp.
2. Pyetje për të cilave nuk ua dini përgjigjen aty për aty/në atë moment, por që mund t'i gjeni përgjigjen dhe mund ta ndani më vonë.
3. Pyetjet në lidhje me një rast që juve nuk u lejohet në aspektin ligjorë ta konfirmoni ose mohoni për shkak se rasti është ende në proces.
4. Pyetje në fundjavë që nuk jeni në gjendje ti jepni përgjigje të plotë për momentin.

Pyetje të cilave ju ua dini përgjigjen, por nuk dëshironi t'u përgjigjeni në detaje, sepse konsiderohet shpërqendrim nga fokusi i intervistës ose konferencës për shtyp.

Përgjigje:

- Pranoni me mirësjellje pyetjen e gazetarit për të treguar respekt dhe për të ruajtur profesionalizmin:
"Unë e kuptoj interesin tuaj për këtë çështje ..." "Faleminderit për pyetjen tuaj..."
- Theksoni fokusin e intervistës ose konferencës për shtyp dhe inkurajoni pyetjet në lidhje me hetimet në vazhdim ose arsyen e konferencës për shtyp:
 - "Ne jemi këtu sot për të diskutuar [temën kryesore], kështu që jam i lumtur t'u përgjigjem pyetjeve në lidhje me [temën kryesore] ose ndonjë çështje të ndërlidhur.
- Nëse është e përshtatshme, jepni informacion të përgjithshëm rreth procesit pa u thelluar në specifikat e rastit. Ju mund të thoni:
 - "Roli im sot është të trajtoj çështjet që lidhen me hetimin aktual". "Nuk jam në gjendje ta diskutoj këtë çështje pasi bie jashtë fushës së konferencës së sotme.
- Vendosni kufij: nëse tema është e ndjeshme ose konfidenciale, tregoni se nuk mund të komentoni. Mund të thuash:
 - "Unë nuk jam në gjendje ta diskutoj këtë çështje pasi bie jashtë konferencave të konferencës së sotme."
 - "Është e rëndësishme që ne të mbulojmë temën për të cilën jam këtu për të folur sot, sepse është me interes publik dhe publiku duhet të ketë qasje në informacione për këtë çështje."

Pyetje për të cilat nuk i dini përgjigjet aty për aty/në atë moment, por që mund ta gjeni përgjigjen dhe mund ta ndani një ditë tjetër.

Përgjigje:

Jini i sinqertë:

- "Nuk e kam këtë informacion për momentin, por mund ta gjej dhe të kthehem tek ju me përgjigje"
- "Tani, nuk kam detaje për këtë çështje, por do të shoh nëse mund të gjej diçka"
- "Kjo është një pyetje e shkëlqyer për të cilën do t'ju detyrohem një përgjigje"
- "Pyetja juaj flet për diçka që do të më duhet të hulumtoj në të ardhmen"

Ridrejto ose riformuloje (nëse nevojitet)

Aktualisht nuk disponoj mjaftueshëm informacion për këtë temë për t'ju ofruar një përgjigje të plotë dhe të kënaqshme, megjithatë do ta shqyrtoj dhe do të kthehem tek ju me përgjigje. Ajo që mund të theksoj për momentin është se [do të mund të vazhdoni me temën kryesore ose pikat/linjat kyçe të komunikimit].

Pyetjet në lidhje me një rast që nuk ju lejohe në aspektin ligjor ta konfirmoni ose mohoni për shkak se rasti është në proces

Përgjigje:

"PSRK nuk është në gjendje të komentojë për çështje që mund të jenë objekt hetimi. Faleminderit për bashkëpunimin."

Pyetjet jashtë orarit (p.sh. fundjavë) kur nuk jeni në gjendje t'i përgjigjeni pyetjes plotësisht nuk keni të gjithë informacionin që kërkon gazetari.

"Kam ofruar të gjitha informacionet që janë në dispozicionin tim për momentin, por ka disa detaje për të cilat nuk kam qasje për momentin, pasi nuk ndodhem në zyrë. Jam i sigurt se zyra jonë e komunikimit do të jetë e gatshme t'ju ndihmojë. A do të mund t'ju referoj stafit tonë të komunikimit, i cili do të bëjë gjithçka të mundur për t'ju ofruar informacionin që kërkon?"

"Kam dhënë të gjitha informacionet që mundem për momentin, por ka disa detaje në të cilat nuk kam akses për momentin sepse nuk jam në zyrë. Jam i sigurt se zyra jonë e shtypit do të ishte e lumtur t'ju ndihmonte – ju lutem, a mund t'ju referoj tek stafi/zëdhënësi jonë i komunikimit, i cili do të bëjë çmos për të ofruar informacionin që kërkon?"

D. KRIZAT DHE KOMENTET NË RASTE EMERGJENTE

Ky udhëzues ofron lloje të ndryshme tensionesh dhe krizash etj, të cilat kërkojnë trajtim veçanërisht të kujdesshëm dhe në kohë:

- Sulmet (publike, fizike dhe të tjera) kundër një prokurori publik
- Rrjedhje informacioni në raste të ndjeshme dhe komplekse dhe reagime të ashpra publike

- Ngjarje të papritura në të cilat rrezikohen disa jetë njerëzish ose prona të rëndësishme publike ose private
- Protesta dhe shtrirje më e gjerë mosmarrëveshjeje me veprimet e organit të akuzës
- Situata të tjera që mund të shkaktojnë shumë vëmendje të publikut dhe të ndikojnë negativisht në reputacionin dhe besueshmërinë e PSRK-së.

Udhëzuesi për komunikimin gjatë krizave është një mjet i rëndësishëm për identifikimin dhe menaxhimin e krizave në kohë, duke mundësuar një reagim të shpejtë dhe efektiv që zbut ndikimin e tyre.

Në situata krize, është thelbësore që të gjitha palët të ndjekin rregullat e përcaktuara qartë, për të shmangur mangësitë në komunikim që mund të lindin si pasojë e stresit dhe ngarkesës së tepruar. Kjo mund të shkaktojë vështirësi në koordinimin mes vendimmarrësve dhe ekipeve përgjegjëse, duke penguar procesin e arritjes së marrëveshjeve dhe vendimeve për menaxhimin e krizës në mënyrë efikase.

1. Komunikimi në situata krizash

Në situata krize, ajo që shpesh krijon shqetësim nuk është ngjarja në vetvete, por perceptimi i saj nga publiku. Prandaj, është e domosdoshme që komunikimi me publikun, veçanërisht me median.

Komunikimi në kohë krize kërkon një reagim të shpejtë. Informacioni i shpejtë dhe i saktë është më i rëndësishëm se informacioni i gjerë. Kjo do të thotë që njeriu duhet të reagojë shpejt dhe të komunikojë informacionin bazë, ndërsa informacionet më të gjera mund të komunikohen më vonë.

Në çdo kohë duhet të jeni:

- I hapur
- Përgjegjës
- I qartë
- I vendosur

Është gjithashtu e rëndësishme të mbani mend se komunikimi në situata krizash është aktivitet i vazhdueshëm që planifikohet dhe përfshin veprime para dhe gjatë, por jo më pak domethënës pas përfundimit të krizës.

Parimet e komunikimit efektiv në situata krize

Saktësia, efikasiteti dhe afati kohor

Ky parim nënkupton komunikimin në kohë të informacionit të saktë dhe të verifikuar. Nëse dikush vonon komunikimin e informacionit të saktë, i lë hapësirë dhe kohë mediave që të marrin informacion jo të plotë në mënyra të tjera, me ndihmën e burimeve të tyre, gjë që mund ta thellojë më tej krizën.

Publiciteti dhe të qenit të hapur

Një parim tjetër që zbatohet edhe në komunikimin në raste krize, është publiciteti dhe sinqeriteti, që nënkupton se të gjitha mediave, pa diskriminim dhe pa favorizime, duhet t'u jepet qasje në informacion. Ky informacion duhet të komunikohet në mënyrë të thjeshtë dhe të kuptueshme, të jetë i paqartë dhe plotë. Është më mirë të thuash dy fjali plotësisht të qarta sesa dhjetë fjali që mund të keqinterpretohen.

Natyrisht, ky parim përjashton informacionin që nuk mund të zbulohet për shkak të kufizimeve ligjore, në atë pikëpamje se edhe ky kufizim duhet të shprehet dhe shpjegohet qartë.

Mbrojtja e informacionit konfidencial

Mbrojtja e informacionit konfidencial, si parim, zbatohet për të gjitha llojet e komunikimit, duke përfshirë komunikimin në raste krizash, që do të thotë se komunikimi në ZPS bëhet në atë mënyrë që informacioni i shënuar me një nivel të caktuar konfidencialiteti të mos i vihet në dispozicion personave të paautorizuar.

Edhe në rastin e informacionit konfidencial, është e nevojshme të shpjegohet se një informacion i tillë është konfidencial, domethënë se ka arsye pse ai nuk mund të zbulohet.

Prezumimi i Pafajësisë

Një parim i rëndësishëm i komunikimit ka të bëjë me respektimin e prezumimit të pafajësisë. Ky parim nënkupton që të gjithë në PSRK duhet të sigurojnë që deklaratat e tyre për të pandehurin, veprën penale dhe procedurën të mos cenojnë të drejtën e të pandehurit për t'u konsideruar i pafajshëm derisa të vërtetohet fajësia e tij me vendim gjyqësor të formës së prerë.

Komunikimi i planifikuar

Komunikimi i PSRK-së kryhet në mënyrë të organizuar, sipas një plani të paracaktuar, i cili mund të zhvillohet duke përdorur këtë udhëzues.

E drejta e publikut për të ditur dhe ligjshmëria

Duke folur për veprimet e PSRK-së, është gjithmonë e rëndësishme të arrihet një ekuilibër ndërmjet të drejtës së publikut për të ditur dhe mbrojtjes së ligjshmërisë së vetë procedurës penale. Për këtë arsye, parimet e PR në raste krize të PSRK-së ndryshojnë nga parimet e PR të rasteve të krizave të organizatave të tjera.

Përveç që është organi që ndjek kryerësit e veprave penale, PSRK-ja është në të njëjtën kohë edhe gardiane e ligjshmërisë, që do të thotë se informacionet që në çfarë do mënyre do të kërcënonin ligjshmërinë e procedurës penale, nuk guxojnë të zbulohen. Siç u tha më parë, është e nevojshme ti kushtohet kujdes i veçantë mbrojtjes të të drejtave të personave të akuzuar dhe prezumimit të pafajësisë.

2. Si të parashikohen situatat e krizës

Krizat nuk janë gjithmonë të papritura, por shpeshherë shenjat e para të një krize injorohen, prandaj më pas ajo përshkallëzohet.

Ngjarje të papritura (krime të rënda, incidente, etj.) nuk mund të parashikohen, andaj ato mund të jenë situata krize të rëndësishme për PSRK-në.

Mungesa ose vonesa në marrjen e vendimeve të caktuara, e cila bie në kontrast të dukshëm me pritshmëritë e publikut, mund të konsiderohet si një indikator për një situatë krize. Çfarë mund të na ndihmojë të parashikojmë dhe parandalojmë disa situata krize:

- Hartimi i një liste të rasteve veçanërisht të ndjeshme për të cilat publiku i gjerë mund të ketë një qëndrim të konsiderueshëm kritik ndaj PSRK-së
- Trajtimi i rasteve të regjistruara me kujdes të veçantë
- Veprimi i vazhdueshëm ndaj tyre (përparësi në punë dhe prioritet në komunikim)
- Komunikimi në mënyrë proaktive rreth tyre për të shmangur sjelljen e kritikave për punën e PSRK-së në një fazë më serioze;
- Monitorim i rregullt i raportimit të mediave dhe reagimeve të publikut
- Vëzhgimi i të gjitha kritikave të rëndësishme ndaj aktiviteteve të PSRK-së që mund të kërcënojnë reputacionin dhe të shkaktojnë rënie të besimit nga publiku
- Prokurorët janë të detyruar të shkëmbejnë informacion për raste të tilla me këshilltarin për marrëdhënie me publikun dhe zëdhënësin e prokurorit.
- Prokurori i cili merret me mediat është i obliguar që ta informojë Kryeprokurorin Special për interesimin e madh të publikut për këto raste;

3. Rregullat e komunikimit në krizë

Që në fillim, është e rëndësishme të njihni rregullin e artë të komunikimit në një situatë krize:

Thuaj gjithçka që është e rëndësishme - thuaj shpejt - thuaj të vërtetën!

Gjithashtu, që në fillim, është mirë ti dini dhjetë rregullat për të shmangur gabimet në komunikim:

1. Fjalët tuaja do të kenë pasoja – sigurohuni që të jenë të drejta
2. Asnjëherë mos tregoni pasiguri. Mendoni për atë që dëshironi të thoni, përsërisni nëse është e nevojshme
3. Nëse nuk e dini saktësisht se për çfarë po flisni, ndaloni së foluri
4. Përqendrohuni në informimin e njerëzve, jo për t'ju bërë përshtypje atyre. Përdorni fjalim të thjeshtë në mënyrë që të gjithë të kuptojnë qartë atë që dëshironi të thoni
5. Asnjëherë mos thuaj diçka që nuk duhet të dalë në media
6. Mos thuaj gënjeshtër. Nuk është e nevojshme të thuash gjithçka, por gjithçka që thua duhet të jetë e vërtetë
7. Shmangni premtimet të garantuarit
8. Asnjëherë mos thuaj “Pa koment”. Njerëzit do të kuptojnë se ju po përpiqeni të fshihni diçka
9. Asnjëherë mos hamendësoni nëse nuk dini diçka
10. Një ekip - një zë.

3. Faktori Kohë – Heshtja nuk duhet të Bëhet Lajm

Parimi më i rëndësishëm i komunikimit në situata krize i referohet shpejtësisë së reagimit. Është shumë e rëndësishme të reagoni menjëherë ndaj krizës, kur ajo tashmë ka ndodhur. Nuk guxon të lejohet që të formohet opinioni publik pa komunikim nga PSRK-ja.

Veprimi duhet të jetë i shpejtë: lajmet përmes mediave sociale dhe portaleve përhapen me shpejtësi të madhe dhe pritja mund të dëmtojë PSRK-në sepse heshtja mund të keqinterpretohet dhe vetë heshtja bëhet lajm negativ për PSRK-në.

Nëse nuk vendoset sa më parë kontakti me median, për të dhënë informacion bazë, ekziston rreziku që publiku të krijoj imazhin e një institucioni të paaftë që nuk di të përballet me situatën në fjalë.

Asnjë informacion, nuk ofron bazë për pretendime se PSRK-ja qëllimisht po i fsheh informatat dhe në këtë rast mediat kërkojnë një burim tjetër informacioni që jo domosdoshmërisht është në favor të PSRK-së.

Heshtja në raste të tilla pasqyron gjithmonë pasigurinë e një institucioni që nuk ka kontroll mbi ngjarjet dhe nuk synon ti marrë ato nën kontroll.

Kushdo që mendon se në një krizë duhet të heshtë dhe të mbështetet në faktin se publiku do të harrojë një situatë të caktuar, duhet ta dijë me kohë se kjo është një strategji e gabuar komunikimi.

Ekziston një rregull për komunikimin në raste krizash: **Nëse nuk komunikoni, publiku mendon se po fshihni diçka. Sa më shumë që flisni (mesazhe të paracaktuara sipas planit të vendosur) - publiku e humbet interesin më shpejt.**

Është e detyrueshme të thuash të vërtetën dhe të pranosh përgjegjësinë për veprimet e dikujt sepse një gjë e tillë rrit besueshmërinë e institucionit.

Nuk duhet të themi gjithçka, por gjithçka që themi duhet të jetë e saktë, e **verifikuar dhe e provuar.**

2. Qëllimi i komunikimit në situata krize

Qëllimi i parë dhe themelor në komunikim është mbrojtja e integritetit dhe reputacionit të PSRK-së. Objektivat do të përcaktohen duke iu përgjigjur pyetjeve të mëposhtme:

- Çfarë duam të arrijmë duke komunikuar me secilin grup të publikut që është i prekur nga kriza apo që ka ndikim në krizën në PSRK? - Çfarë mund të bëjmë për të reduktuar efektet negative të krizës?
- A është e nevojshme të forcohet informacioni dhe ndërgjegjësimi për disa çështje të rëndësishme që lidhen me krizën?
- Si mund ta përdorim grupin e synuar, pra të krijojmë lidhje për të zgjidhur sfidat dhe problemet (që do të përfaqësonin interesat tona)?

- Për çfarë duam t'i informojmë më tej dhe t'u komunikojmë atyre në mënyrë që ata të pozicionohen ndryshe në krahasim me veprimin e mëparshëm që ishte pjesë e krizës?

4. Si të krijohen mesazhet kyçe

Në varësi të situatës specifike, komunikimi në situata krize përfshin sa vijon:

- Informim për gjendjen aktuale dhe veprimet e miratuara
- Paralajmërimin e publikut
- Korrigjimin dhe ndryshimin e informacionit të pasaktë
- Rindërtimin e fakteve dhe shpjegimin e pasojave ligjore
- Ruajtja apo rivendosja e besimit në PSRK
- Mbrojtja ose rivendosja e reputacionit të personave fizikë dhe juridikë
- Përgjigjja ndaj sulmeve.

Përveç mesazheve që gjenden në Strategjinë e Komunikimit, është e nevojshme të krijohen mesazhe specifike për një situatë krize specifike. Këtë mund ta bëjmë në mënyrën e mëposhtme:

- Analizimi i perceptimeve ekzistuese dhe narrativës që krijoi problemin
- Përcaktimi se cilat mesazhe mund të ndryshojnë një perceptim të tillë
- Deklarata koncize, bindëse për situatën aktuale lidhur me problemin
- Thirrje për veprim/reagim specifik, ndryshim ose krijimin e besimit që pritet dhe dëshirohet nga publiku i gjerë dhe grupet e tjera të synuara specifike.

3. Kanalet the mjetet

Në situata krize, përdoren të gjitha taktikat që do të ndihmojnë në arritjen e qëllimeve të përcaktuara, domethënë ruajtjen e reputacionit dhe respektit të PSRK-së.

Mjetet më të përdorura të komunikimit janë:

- Materialet për shtyp në faqen e internetit të institucionit
- Deklarata për shtyp
- Transmetimet, konferencat dhe informimet për media
- Përgjigjet dhe reagimet ndaj kërkesave të medias (menjëherë)
- Pjesëmarrja në transmetime dhe mbulim të medias së shkruar
- Ngjarje speciale për median
- Prodhimi vetanak për media. Të gjitha mjetet dhe kanalet e disponueshme mund të gjenden në Strategjinë aktuale të Komunikimit.

4. Komunikimi i brendshëm

Nëse për PSRK-në krijohet një situatë krize ose një ngjarje krize, vëmendje e veçantë duhet t'i kushtohet sigurimit që të gjithë punonjësit, sa më shpejt të jetë e mundur, të marrin informacionin e nevojshëm për ngjarjen që shkaktoi krizën.

Punonjësve duhet t'u kujtohet rëndësia e mbrojtjes së informacionit të ndjeshëm për të parandaluar përhapjen e informacionit të pasaktë. Ata gjithashtu duhet të udhëzohen të përmbahen nga komentet publike dhe t'ia lënë udhëheqësve/ekipit të caktuar tu përgjigjen e komunikimeve me median.

Një sistem efikas i menaxhimit të marrëdhënieve me publikun është i pamjaftueshëm nëse nuk merr parasysh veçoritë e punës së individëve dhe rolet e tyre. Për këtë arsye, rekomandohet krijimi i një atmosfere pune të favorshme brenda PSRK-së dhe mes prokurorëve, nëpunësve civilë dhe punonjësve të tjerë shtetërorë. Kjo është mënyra më e efektshme për të siguruar besnikërinë dhe besimin e punonjësve në udhëheqjen e institucionit. Gjithashtu, probabiliteti i rrjedhjes së informacionit të paautorizuar zvogëlohet ndjeshëm në një mjedis të tillë.

5. Vlerësimi i komunikimit të situata krize

Analiza e "mësimeve" të nxjerra është një pjesë e rëndësishme e procesit që ndodh në fund të një situatë krize.

Mësimet që kemi nxjerrë na ndihmojnë të parandalojmë situatat e mundshme të krizave në të ardhmen dhe të veprojmë në krizat e ardhshme.

Mësimet e nxjerra rekomandohet të evidentohen dhe konsultohen në mënyrë që ky udhëzues të mund të plotësohet me kalimin e kohës me shembuj konkretë dhe mësimet të nxjerra.

SHTOJCA 1

PRAKTIKA MË E MIRË NDËRKOMBËTARE

Krimi i organizuar i rëndë në Skoci: Roli i komunikimit në reduktimin e kërkesës, viktimizimit dhe frikës: Rishikim i provave dhe mjeteve për komunikuesit. Iain Campbell. Qeveria skoceze. 2017. Linku:

<https://www.gov.scot/binaries/content/documents/govscot/publications/factsheet/2017/09/serious-organised-crime-role-communications-reducing-demand-victimisation-fear/documents/00525233-pdf/00525233-pdf/govscot%3Adocument/00525233.pdf>

Vështrim i përgjithshëm

- Punimi pasqyron se si komunikimi është një element kyç i sfidave të KRO-së. Punimi kërkon të plotësojë një boshllëk provash; pak është shkruar dhe/ose vihet në dispozicion të publikut në lidhje me komunikimet për KRO.
- Punimi identifikon dy lloje të komunikimit në rastet e KRO-së: ato që lidhen me "parandalimin" dhe ato që lidhen me çështjen e "reputacionit". Këto dy lloje komunikimi shprehen në dy forma të ndryshme: "deklaratat publike" dhe "fushatat".
- Konsiderata të tjera kyçe janë komunikimet 'reaguese' dhe informacioni 'operativ' për mënyrën se si trajtohen rastet individuale, standardet për bërjen e informacionit transparent dhe të çashëm dhe programi apo korniza për mënyrën se si (dhe cilat) rastet janë zgjedhur.
- Ndërsa ka mbivendosje ndërmjet mesazheve për parandalim të krimit dhe menaxhimit të reputacionit, në disa rrethana, këto dy lloje shpesh ekzistojnë në konkurrencë me njëra-tjetrën.

Përkufizimi i komunikimit për "reputacion" ose "operativ".

- Agjenda për reputacionin paraqet mesazhet e saj duke përcaktuar qartë kërcënimin, duke dënuar aktet kriminale dhe duke theksuar aftësinë e agjencive të përfshira në adresimin e këtyre çështjeve. Toni i këtyre mesazheve është i orientuar drejt një paralajmërimi për autorët e mundshëm, ose një sinjal sigurie mbi efektivitetin e operacioneve të zhvilluara.
- Një tipar i përbashkët negativ i këtyre mesazheve është se ato vendosin përgjegjësinë mbi lexuesin për të ndjekur dhe edukuar veten.
- Komunikimet për reputacionin janë shpesh më të drejtpërdrejta dhe ofrohen nga organizata individuale që punojnë në luftën kundër KRO-së – policia, gjyqësori, etj.
- Komunikimet për reputacionin mbeten fokusi më i shpeshtë i deklaratave aktuale të mediave dhe komunikatave për KRO-në.
- Fokusi tradicional i shumë agjencive të përfshira në Task Forcën e Krimit të Organizuar dhe të Rëndë ka qenë në rritjen e ndërgjegjësimit dhe rrjedhimisht të besimit në punën operacionale që po zhvillohet në krahët përkatës të sistemit të drejtësisë penale.
- Ky promovim i besimit është, në shumë aspekte, një ekuivalent i menaxhimit të markës dhe reputacionit në sektorin privat nga agjencitë për PR, i cili mbetet

një projekt strategjik dhe i rëndësishëm, që kërkon vazhdimësi dhe do të vazhdojë të zhvillohet me prioritet.

Parandalimi i komunikimeve

- Agjenda për parandalimin e komunikimeve synon të ndikojë në mënyrë më aktive në qëndrimet, të mbështesë zhvillimin e sjelljeve pozitive dhe të inkurajojë përgjigje të zbatueshme ndaj kërcënimeve.
- Në praktikë, synon të shkojë përtej 'ngritjes së ndërgjegjësimit' duke zvogëluar qëndrimet që nxisin angazhimin aktiv kundër krimit të organizuar, duke fuqizuar publikun për të mbrojtur veten nga viktimizimi, ose duke i inkurajuar ata të njohin dhe raportojnë krimin e organizuar.
- Komunikimet parandaluese shpesh janë më komplekse dhe përfshijnë një gamë më të gjerë akterësh. Ato kërkojnë një grup të gjerë aftësish, duke përfshirë ato që lidhen me menaxhimin e reputacionit, të cilat nuk kanë fokus të drejtpërdrejtë në ndryshimin e sjelljes.
- Në këtë kontekst, një fushatë parandaluese e komunikimit duhet të fokusohet në analizimin dhe adresimin e pjesës tjetër të ekuacionit të punës që shpesh neglizhohet nga operacionet tradicionale të zbatimit: ana e kërkesës ose e konsumatorit, që nënkupton parandalimin e krimit që lind në burim.
- Rritja e qëndrueshmërisë të publikut, përmirësimi i njohurive dhe adoptimi i sjelljeve të përshtatshme mbeten aspekte kyçe për trajtimin efikas të krimit të organizuar.
- Fokusi është shpesh tek viktimat ose financuesit e krimit, ose te rekrutët e mundshëm, dhe jo te autorët ose tek ata që kanë për detyrë kapjen e tyre.

Parandalimi i zbatimit të komunikimeve në kontekstin Kosovar

Për të penguar komunikimet, idealisht kërkohej një qasje "tërësore qeveritare", ose të paktën bashkëpunim i konsiderueshëm për ta vepruar në mënyrë efektive. Ky bashkëpunim duket i vështirë në kontekstin e Kosovës.

PSRK-ja mund të mos jetë e pozicionuar mirë për të ofruar këto komunikime, por ata duhet të jenë të vetëdijshëm se si komunikimet e tyre ndikojnë në perceptimet e njerëzve për krimin, veçanërisht duke pasur parasysh profilin e tyre të lartë në vend.

Rritja e ndërgjegjësimit dhe informacionit të vlefshëm

Kur një krim është keqkuptuar ose është i panjohur, kërcënimi duhet të shpjegohet. Megjithatë, ndërkombëtarisht, kërcënimit shpesh i jepet rëndësi në deklaratat e mediave, pavarësisht nga ndërgjegjësimi ose njohuria ekzistuese e publikut. Kjo mund të jetë për shkak të perceptimit se një inkuadrim i tillë kërkohet për ta bërë një histori të vlefshme për lajme, ose që nxit interesin e audiencës. Kërcënimi është shpesh synim i institucioneve të medias.

Ndoshta ekziston një supozim i heshtur në bazën e disa prej këtyre strategjive që "rritja e ndërgjegjësimit" ose vendosja në domenin publik sa më shumë informacion të jetë e mundur në lidhje me veprimet e dëshiruara, aftësinë operacionale ose nivelet e kërcënimit, është e mjaftueshme për të ndikuar në qëndrimet dhe sjelljen, dhe se sa më shumë informacion që vihet në domenin publik, aq më efektiv do të jetë ky proces.

Suksesi duhet të matet

Suksesi duhet të vlerësohet dhe fushatat të drejtohen nga treguesit e ndryshimit të sjelljes, në vend të fokusimit vetëm në shkallën e ekspozimit ndaj mesazheve. Për shembull, kjo mund të përfshijë vlerësimin e tendencave në raportet e krimit; gjurmimi i tendencave në nivelet e viktimizimit dhe krimit; formulimi i anketave të perceptimeve për të bërë pyetje rreth sjelljeve dhe qëndrimeve; dhe monitorimi në angazhim me shërbime specifike.

Vetëm duke matur vetë perceptimet, qëndrimet dhe sjelljet, mund ta dimë nëse po ndikojmë apo jo në to.

Sfidimi i ortodoksisë në komunikimin e rasteve të KRO-së

Fraza "rritja e ndërgjegjësimit" ose të tjera të ngjashme shpesh përdoret me një kuptim relativisht të gjerë dhe ndonjëherë mund të lexohet si qëllimi kryesor ose objektivi përfundimtar i përpjekjeve të komunikimit. Megjithatë, pothuajse në të gjitha rastet është e qartë se rezultati i dëshiruar qëndron përtej vetëdijes dhe se suksesi do të arrihet vetëm duke ndikuar pozitivisht në qëndrimet dhe sjelljet – qoftë duke i inkurajuar njerëzit të mos blejnë mallra të falsifikuara, duke i larguar ata nga përfshirja në internet, shpërndarja e drogës ose duke rritur raportimin e trafikimit të qenieve njerëzore.

Pranimi që KRO është i rëndësishëm për lajme dhe përballimi i sfidave me fleksibilitet

Informacioni në lidhje me llojet e krimit, politikat e krimit ose mesazhe të tjera ka më shumë mundësi të ketë rëndësi vetëm nëse përmbush disa nga kriteret që e bëjnë atë të vlefshëm për lajme. Një përkufizim i thjeshtë i natyrës së vlefshmërisë së lajmit e

Balancimi i komunikimeve të parandalimit dhe reputacionit

Në Kosovë, prirjet politike dhe shenjat e korrupsionit shpesh aludohen në shtyp, pasi ky informacion konsiderohet shumë i rëndësishëm.

Ndërkohë që ruhet besimi i publikut në punën operative, kundërshtimi i deklaratave dhe fushatave publike të aktorëve të KRO-së duhet të ribalancohet. Bërja e deklaratave publike dhe fushatave të dobishme për publikun, në mënyrë që ata të jenë më të informuar për kërcënimet dhe rreziqet specifike, sesa deklaratat e përgjithshme të krimit është e rëndësishme.

konsideron atë si një ngjarje që ka interes për publikun, shpesh për shkak të devijimit nga rregullat ose normat, që zakonisht përfshin një konflikt me një formë të kontrollit

"Pra, mësimi numër një është, mendoj, dhe ne nuk mund t'i shpëtojmë: nëse keni një mesazh, mendoj se duhet ta bëni atë atraktiv." Enrico Brivio, gazetar, Associated Press Association/Il Sole 24 Ore (Itali) 2009.

Zbërthimi i deklaratave publike për mesazhet rreth krimit të organizuar

1. Terminologjia

Terminologjia për krimin e rëndë dhe të organizuar paraqet një problem madhor. Shumëllojshmëria e kërcënimeve dhe e medimeve i bën komunikimet të ndërlikuara. Përdorimi i shprehjes "krime të rënda dhe të organizuara" nuk ka gjithmonë ndikimin e duhur tek audienca e synuar. Komunikimet duhet të fokusohen në tema specifike, që kërkojnë një koordinim të ngushtë mes agjencive të ndryshme për përcaktimin e këshillave të sakta dhe identifikimin e llojeve të krimeve që do të përfitonin më shumë nga fushatat e ndërgjegjësimit të publikut. Ky proces ka si qëllim rritjen e ndërgjegjësimit për "kërcënimet" që lidhen me këto krime.

2. Messaging

Në mënyrë tipike, deklaratat publike priren të bien në kategoritë e mëposhtme:

- Shkalla/dënimi i kërcënimit
- Promovimi i punës ose ekspertizës
- Partneritet/punë ndërkombëtare
- Paralajmërime për kriminelët
- Angazhimi për të ndihmuar komunitetet
- Këshilla praktike, specifike për publikun.

Rëndësia e qëndrimeve ndaj KRO-së në Ballkan

Në Ballkan ekziston një problem i thelluar i tolerancës sociale ndaj KRO-së. Fokus i shtuar në ndihmën për individët që të shmangin përfshirjen në aktivitete kriminale është një komponent kyç i çdo strategjie për luftimin e këtij fenomeni. Duke bërë përpjekje të ndërpritet rrjedha e financimeve dhe rekrutëve, që e bëjnë të mundur funksionimin e këtyre grupeve

Në mbarë botën, është vënë re një theks i veçantë në ofrimin e këshillave praktike dhe të drejtpërdrejta për publikun, dhe ka prova që sugjerojnë se kjo qasje është efektive. Sidoqoftë, për të marrë masa proaktive, publiku duhet të ketë besim në institucionet ligjore me të cilat bashkëpunon për të raportuar krimet.

Sigurimi i besueshmërisë në sistemin ligjor dhe fuqizimi i individëve janë dy koncepte të rëndësishme dhe të lidhura ngushtë. Është e nevojshme të sigurohet besueshmëria në sistem, dhe këto ndryshime duhet të bëhen të dukshme për të gjithë, ndërkohë që duhet të fuqizohen qytetarët për të raportuar krimet që vërejnë dhe janë të vetëdijshëm për to.

Hulumtimet mbi komunikimet për rastet e KRO-së tregojnë mungesë të synimit të audiencës ose dërgimit të mesazheve si test përpara formimit dhe ekzekutimit të fushatës

Një model i ri për komunikimet në rastet e KRO-së ns



Foto 1 Model i propozuar për mesazhet rreth krimit nga I. Campbell, 2017

Ne mund t'i bëjmë njerëzit më të vetëdijshëm për rreziqet dhe pasojat e krimit të rëndë dhe të organizuar, por kjo nuk do të thotë se krimi do të zvogëlohet. Po ashtu, mund të rrisim numrin e raporteve pa ndryshuar qëndrimet.

SHTOJCA 2

Analiza e neutralitetit të tonit

Më poshtë është ofrohet analizë e një përgjigje të publikuar nga PSRK ndaj një sulmi nga Ministria e Drejtësisë në fund të vitit 2024. Analiza nxjerr në pah raste në të cilat gjuha nuk i shërben më së miri interesave të PSRK-së dhe më pas ofron një deklaratë alternative që përdor gjuhë më të fortë dhe më të përshtatshme. Deklarata alternative shoqërohet me një analizë të shkurtër e cila thekson pse ky përdorim i gjuhës mbështet më mirë parimet e komunikimit të PSRK-së – neutralitetin, besueshmërinë, autoritetin, pavarësinë dhe transparencën.

SHEMBULL KOMUNIKIMI NGA PSRK - PUBLIKUAR ME 30 TETOR 2024

Përgjigjja e Prokurorisë Speciale ndaj deklaratave të pavërteta të Ministres së Drejtësisë, lidhur me një rast që kjo prokurori nuk e ka trajtuar asnjëherë.

“Prishtinë, 30 tetor 2024 – Prokuroria Speciale e Republikës së Kosovës **shpreh indinjatën e thellë për qasjen e vazhdueshme joproductive** të Ministres së Drejtësisë, Albulena Haxhiu, ndaj Prokurorisë Speciale të Republikës së Kosovës.

1. Pse është e papërshtatshme kjo frazë?

PSRK-ja është një institucion me mandat dhe kompetenca të qarta, dhe stafi i saj përbëhet nga specialistë të përkushtuar për arritjen e objektivave të tij. Ky institut nuk është i aftë të ndiejë emocione si një individ i zakonshëm. Edhe pse është i përbërë nga individë, ata janë ekspertë që fokusohen plotësisht në realizimin e qëllimeve të PSRK-së. Stafi i PSRK-së nuk shpërqendrohet dhe nuk është i interesuar të përjetojë ose të shprehë shqetësime ose mërzitje për sjelljen e keqe të organeve të tjera qeveritare. Ata janë të angazhuar në shërbim të publikut dhe fokusohen në përmbushjen e detyrave të tyre, pa u ndikuar nga veprime të papërgjegjshme të akterëve të tjerë. Ata janë të përqendruar te qëllimet thelbësore dhe janë të zënë me çështje më të rëndësishme.

Prokuroria Speciale **mohon fuqishëm** deklaratën e Ministres së Drejtësisë, Albulena Haxhiu, të bërë sot, se “është e shqetësuar pasi Prokuroria Speciale ka mbyllur hetimet për rastin e pasurisë milionëshe në Veternik”.

2. Pse është e papërshtatshme kjo frazë?

Kur flet PSRK, institucioni flet me autoritet dhe jep informacion të saktë faktik. Opinionet e PSRK-së janë të besueshme dhe serioze, kështu që nëse zyra ‘mohon’ se diçka është e vërtetë, kjo është provë e mjaftueshme për të përcaktuar se ajo është e pavërtetë. PSRK-ja nuk ka nevojë të mohojë ‘fuqishëm’ diçka (gjë që sugjeron edhe një shkallë zemërimi ose mërzitje) – nëse e mohojnë, mohohet dhe çështja (të paktën nga këndvështrimi i PSRK-së!) konsiderohet e mbyllur.

Prokurjaria Speciale njofton opinionin se rasti për të cilin ministria në fjalë është deklaruar, nuk është hetuar dhe nuk ka qenë asnjëherë në Prokurorinë Speciale, andaj një deklaratë e tillë e Ministres Haxhiu është e pavërtetë dhe tendencioze.

Prokuroria Speciale i fatkeqësisht i konsideron deklaratat e tilla të pavërteta, të Ministres së Drejtësisë, të qëllimshme dhe tendencioze në drejtim të Prokurorisë Speciale dhe punës së suksesshme të drejtuesit të saj, duke vlerësuar se këto deklarata të pasakta, ndër të tjera, kanë për qëllim dezinformimin e publikut, duke penguar punën dhe duke dëmtuar imazhin e kësaj prokurorie.

Duke u nisur nga fakti se nuk është hera e parë që përballemi me sulme të tilla dhe deklarata të pavërteta të Ministres Haxhiu, Prokuroria Speciale i bën thirrje Ministres së Drejtësisë dhe të gjithë personave të tjerë që synojnë ta pengojnë këtë prokurori në përmbushjen e mandatit të saj, të përmbahen nga deklarata të tilla të pavërteta, tendencioze dhe keqdashëse

3. Pse është e papërshtatshme kjo frazë?

Në këtë pjesë, PSRK-ja lejon që të futet në konflikt me Ministren e Drejtësisë. Duke iu përgjigjur në mënyrë të detajuar akuzave të drejtuara ndaj PSRK-së nga Ministria e Drejtësisë, dhe duke kritikuar në këmbim ministrin, PSRK-ja:

- a) Tregon se është e prekur ose e zemëruar nga komentet e ministres, gjë që është e papërshtatshme për një institucion të nivelit të lartë, autoritar dhe ekspert që vepron në shërbim të publikut kosovar (shih analizën e parë (1) në këtë seksion).
- b) Tregon se po vepron në të njëjtin nivel të ultë me Ministren e Drejtësisë – në këtë deklaratë PSRK-ja në fund dhe në mënyrë të përgjegjshme pasqyron sjelljen e ministres.
- c) Vlerëson dhe inkurajon sulmet dhe sjelljen e dobët të Ministres së Drejtësisë duke i marrë ato seriozisht dhe duke iu përgjigjur njëloj.
- d) Tregon se ka kohë dhe prirje për të marrë pjesë në ato lloj shkëmbimesh joproduktive që duket se dëshiron të ndërmarrë Ministria e Drejtësisë.

Një përgjigje më e shkurtër, jo emocionale dhe e bazuar në fakte do të tregonte në vend të kësaj se PSRK-ja është mbi llojin e shkëmbimeve/sulmeve që Ministria e Drejtësisë harxhon kohë duke planifikuar dhe ekzekutuar. Refuzimi për t'u angazhuar në një nivel të tillë apo për t'u tërhequr do të theksonte se përfshirja në polemika me organe të tjera qeveritare nuk është në interes të publikut. Përkundrazi, PSRK-ja do të shfaqej si një institucion i angazhuar, i cili, me autoritetin dhe ekspertizën e saj, e kalon këtë lloj debati publik. Kjo fokuson përpjekjet në qëllimet e saj kryesore dhe korrigjon informacionet aty ku është e nevojshme për të siguruar saktësinë e të dhënave, pa u shpërqendruar nga përgjegjësitë themelore..

Po ashtu, Prokuroria Speciale siguron opinionin publik se veprime të tilla të Ministres së Drejtësisë dhe kujt do tjetër, në asnjë moment dhe në asnjë rrethanë, nuk do të ndikojnë në ushtrimin e mandatit të kësaj prokurorie në drejtim të luftimit të kriminalitetit dhe ndjekjes së autorëve të veprave penale, pavarësisht se kush janë ata.”

SHTOJCA 3

Shënim mbi fleksibilitetin dhe përditësimin e strategjisë

Kjo strategji ofron udhëzime dhe modele për të trajtuar sfidat e njohura dhe ato që mund të parashikohen. Edhe pse disa parime ose aspekte të paraqitura këtu mund të jenë të dobishme në shumicën e situatave, gjithashtu mund të ndodhin raste kur këto modele duhet të përshtaten për t'u përballur me kërkesa të veçanta. Në disa raste, një sfidë mund të dalë jashtë fushës së kësaj strategjie, e cila ofron mjete të thjeshta dhe të fokusuara për të mbështetur fushat që përshkruhen në seksionin e parë.

Në situatat ku burimet më specifike të ofruara nga kjo strategji nuk janë të mjaftueshme për një sfidë të caktuar, profesionistët e komunikimit mund të ndjekin hapa të thjeshtë për t'i përshtatur ato me nevojat e tyre.

1. Kthehuni te parimet kryesore dhe identifikoni idetë thelbësore që mund dhe duhet të mbështesin pothuajse të gjithë veprimtarinë e komunikimit në kuptimin më themelor. Përdorni këto si një pikënisje nga e cila për të hartuar një qasje të personalizuar për adresimin e sfidës së komunikimit në fjalë.
2. Rishikoni pjesë të strategjisë që janë të dizajnuara për situata të tjera dhe shikoni nëse mund të nxirrni ide të dobishme nga to. (Për shembull, nëse një pjesë e strategjisë trajton një sulm armiqësor nga një organ qeveritar dhe nuk është e mbuluar në seksionin përkatës, mund të ketë elemente të vlefshme në seksionin për komunikimin në raste krizash).
3. Për të krijuar një qasje të efektshme, përdorni pjesët e strategjisë që janë të dobishme për situatën tuaj, por mos hezitoni të bëni ndryshime dhe përditësime për t'i përshtatur ato më mirë. Kjo mund të përfshijë modifikimin e shablloneve ose udhëzimeve për të pasur një reagim më fleksibël ndaj situatës.
4. Aty ku kërkohet përshtatshmëri, përdorni strukturat për marrjen e vendimeve të komunikimit në PSRK (të njohura si takime javore dhe përditësime me shkrim ad hoc) për të diskutuar dhe identifikuar zgjidhjet.

Kjo strategji synohet të funksionojë si një dokument i drejtpërdrejtë – ndoshta mund të rishikohet një herë në vit, ose çdo dy vjet. Që udhëzuesi të mbetet i rëndësishëm, i dobishëm dhe i zbatueshëm, ai mund të ndryshohet, përditësohet dhe zgjerohet ndërsa PSRK vazhdon aktivitetin e saj të komunikimit.

Për shkak se, për shembull, stafi i ri i mund ti bashkohet ekipit, për këtë arsye përgjegjësitë, kapacitetet dhe proceset ndryshojnë, këto ndërrime mund të pasqyrohen në modifikimet e strategjisë. Nëse PSRK fillon të përdorë mediat sociale ose ridizajnon faqen e saj të internetit, udhëzime të reja të kërkuara për të siguruar që këto mjete komunikimi të përdoren në mënyrë efektive mund të shtohet në dokument.”

SHTOJCA 4

Vlera e komunikimit

Pse është i rëndësishëm komunikimi?

- PSRK-ja po ndërmerr punë me ndikim dhe produktivitet të lartë, duke bërë progres të rëndësishëm. Megjithatë, ekziston një konsensus mes PSRK-së, KPK-së, shoqërisë civile dhe mediave se zyra nuk po respektohet sa duhet dhe nuk e ka vlerësimin e duhur nga publiku. Si pasojë, meritat nuk po i njihen aty ku i takojnë.
- PSRK mund të jetë operative efektive vetëm nëse shihet nga publiku si e pavarur, e paanshme, profesionale dhe transparente.
- Edhe pse ka demografikë që e pranojnë punën e rëndësishme të kryer me sukses nga PSRK-ja, rritja e nivelit të besimit dhe respektit në mesin e publikut dhe mediave do të zgjeronte dhe rriste kapacitetin e PSRK-së për të kryer funksionet kryesore të zyrës.
- Për të formuar opinion pozitiv publik për PSRK-në, është i nevojshëm komunikimi i qartë: komunikimi në mënyrën e duhur, në kohën e duhur, me audiencën e duhur.
- PSRK rregullisht ballafaqohet me sfida të rëndësishme të komunikimit në tri fusha kyçe:
 - Media armiqësore
 - Sulmet nga organet qeveritare
 - Trajtimi i rasteve të ndjeshme dhe të profilit të lartë.

Për të ruajtur informacionin konfidencial, për të treguar transparencë dhe për të informuar publikun, PSRK-ja duhet të krijojë një zë autoritar dhe të besueshëm. Kjo mund të arrihet vetëm duke komunikuar rregullisht dhe duke angazhuar audiencat kyçe, dhe ky është funksioni të cilit i shërben komunikimi (me audiencë kyçe të PSRK-së që janë qytetarët; media; degët legjislative dhe ekzekutive të qeverisë/organeve të tjera shtetërore; shoqëria civile dhe organizatat ndërkombëtare).