

**BUXHETIMI ME PJESËMARRJE I  
KOMUNËS SË PRIZRENIT**

**Koncept dokument**

*Plani i Veprimit dhe Komunikimit*

*(Maj – Korrik 2023)*

*Prizren*

## I. HYRJE

Me iniciativën dhe mbështetjen e drejtpërdrejt të programit të USAID-it në Kosovë *Social Contract Activity*, Komuna e Prizrenit planifikon të nisë për herë të parë zbatimin e një pilot projekti të buxhetimit me pjesëmarrje të qytetarëve në tri vendbanime të ndryshme të Komunës. Qëllimi i kësaj nisme është përfshirja e drejtpërdrejt e qytetarëve në këto vendbanime për të përzgjedhur dhe votuar në mënyrë plebishtarë projektin më të mirë të komunitetit. Kjo nismë e re komunale do t'iu mundësojë qytetarëve të vendbanimeve të përzgjedhura, që me lehtësimin e zyrtarëve komunal, të diskutojnë bashkarisht, të propozojnë dhe të përzgjedhin projektin më të mirë përmes votimit të hapur e transparent. Projekti më i votuar nga komuniteti, do të financohet 100% me fondet komunale.

Nisma e buxhetimit me pjesëmarrje u jep qytetarëve një zë për të vendosur në mënyrë plebishitare për projektin e tyre më të mirë dhe se si të ndajnë fondet në dobi të komunitetit. Qëllimi është t'iu mundësohet atyre si banor rezident dhe që i kuptojnë më së miri nevojat e prioritetet, të vendosin pa presion dhe në vullnetin e lirë për projektin më të dobiprurës.

Marrë parasysh mungesën e përvojës në organizimin për herë të parë të kësaj nisme, Komuna e Prizrenit planifikon të pilotoj tri lokacione të ndryshme: lagje urbane të qytetit dhe fshatra, në mënyrë që të testoj kapacitetet dhe interesin e qytetarëve për tu përfshirë në përzgjedhjen e projekteve të tyre. Po ashtu, do të organizojë një fushatë komunikimi dhe vetëdijësimi për nevojën e përfshirjes më të madhe të qytetarëve. Organizimi i takimeve me qytetarët, propozimet e tyre, përzgjedhja e më të mirave dhe votimi për to nga qytetarët qoftë në mënyrë online apo fizike, është thelbi i këtij procesi.

Nisma që vjen si dicka e re për Komunën e Prizrenit, tashmë është një praktikë e vendosur që zbatohet në shumë vende të botës dhe përqindja më e madhe e buxhetit vjetor të komunave ekzekutohet me përfshirjen e drejtpërdrejt të qytetarëve dhe përzgjedhjen që ata bëjnë. Rrjedhimisht, përfshirja e qytetarëve, e mediave, shoqërisë civile dhe aktorëve të tjerë me ndikim, është e domosdoshme për të pasur sukses në implementimin e kësaj nisme shumë pozitive. Nisma inkurajon qytetarët të përfshirën dhe përmes zërit të tyre dhe votës, të vendosin për mënyrën si shpenzohen paratë e tyre - një proces të hapur propozimi dhe votimi.

## II. OBJEKTIVAT

1. Promovimin e rëndësisë së buxhetimit me pjesëmarrje si nisma e parë në Komunën e Prizrenit ku qytetarët në mënyrë plebishitare propozojnë dhe votojnë projektin më të mirë që do të hyjë në buxhetin komunal për tu implementuar.
2. Nxitjen sa më të madhe qytetare për rëndësinë e pjesëmarrjes dhe përfitimet që kanë nga kjo nismë e re.

### III. KANALET E KOMUNIKIMIT

Nisma e re e buxhetimit me pjesëmarrje në Komunën e Prizrenit për shkak të prezantimit për herë të parë për qytetarët, por edhe vetë zyrtarët komunal, ka nevojë për hartimin e një plani të veprimit dhe komunikimit. Kanalet e komunikimit përfshijnë një ndërthurje të metodave tradicionale dhe online për të arritur në mënyrë të duhur dhe të drejtpërdrejt tek audiencat e synuara.

*Disa nga metodat që do të aplikohen janë si vijon:*

**Takimet e qytetarëve** – Përfaqësues nga komuna, përfshirë drejtorët dhe Kryetarin do të mbajnë takime me komunitetin në secilin prej vendbanimeve të përzgjedhura për të shpjeguar procesin e buxhetimit me pjesëmarrje dhe për t'iu përgjigjur çdo pyetjeje të tyre. Takimet do të përgatiten mirë, duke i paraprië një fushatë të mirë informimi dhe me materiale të nevojshme për karakterin e kësaj nisme të re të buxhetimit me pjesëmarrje. Në mënyrë që të nxitet një pjesëmarrje më e madhe e qytetarëve, takimet do të organizohen në lokalitetet e tyre.

Shpërndarja e njoftimeve për takimet, thirrjet online, telefonatat individuale, broshurat derë më derë, janë disa nga metodat që do të përdoren për të siguruar një pjesëmarrje sa më të madhe në takimet e komunitetit. **Kryetari** do të jetë në krye të kësaj nisme të re, jo vetëm për ti dhënë peshën e duhur nismës së re, por edhe për të siguruar se projekt-propozimet e përzgjedhura nga qytetarët do të financohen dhe implementohen.

**Takimet derë më derë** – Nisur nga fakti që vendbanimet e përzgjedhura, dy fshatra dhe një lagje e qytetit nuk kanë territor dhe numër të madh të qytetarëve, do të shpërndahen afishe njoftimi dhe një broshurë me të dhënat konkrete lidhur me këtë nismë, përfitimin e qytetarëve, nevojën e gjithëpërfshirjes së tyre dhe datat për takimet dhe buxhetin që do të ndahet për projektet. Kjo metodë do të ndikoj në rritjen e pjesëmarrjes së qytetarëve në takimet e buxhetimit me pjesëmarrje.

**Mediat tradicionale** – Një kanal i rëndësishëm për ta shtyrë përpara komunikimin dhe promovimin sa më të mirë të kësaj nisme para qytetarëve janë mediat tradicionale, vecmas ato lokale. TV lokale si TV Prizrenit, RTV Besa, portalet online dhe televizionet qëndrore, do të targetohen përmes paraqitjes në media të Kryetarit dhe zyrtarëve komunal. Po ashtu, do të gjenerohen informacione dhe aktivitete që zgjojnë interesin e mediave për ta ndjekur në mënyrë të pavarur këtë nismë që ndërlidhet drejtpërdrejt me përfitimin e qytetarëve. Për secilin pilot-projekt, planifikohen 2-3 paraqitje televizive (*lokale-qëndrore*).

**Media sociale** – Kanalet e komunikimit të Komunës, Kryetarit dhe platforma të tjera shoqërore në rrjetet sociale do të përdoren në mënyrë intensive përmes një plani të mirë planifikuar të komunikimit. Përmes një identiteti të ri vizuel të prezantimit të nismës së re të buxhetimit me pjesëmarrje, do të synohen komunitetet ku pritet të organizohen takimet, përfitimet nga përzgjedhja e projekteve dhe rëndësia që për herë të parë do të votojnë qytetarët për projektin e lagjes apo fshatit të tyre. Do të hapen llogari të reja në emër të sloganit të ri meqë nisma synon të jetë e përvitshme.

*Faqja e Kryetarit të Komunës dhe ajo e Komunës* në Facebook do të përdoren në mënyrë të drejtpërdrejt për mesazhe të shkurtëra e përmbajtësore për të promovuar nismën duke ftuar qytetarët dhe nxitur ata për të marrë pjesë në mënyrë të drejtpërdrejt.

**Ndikuesit lokal të Prizrenit** - si intelektual, artistë, drejtues shkollash ose prijës fetarë do të kontaktohen dhe përmes rrjeteve të tyre sociale do të përfshihen në këtë nismë shumë domethënëse për përfshirjen sa më të madhe të qytetarëve në vendimmarrje. Të gjitha produktet dhe materiale për shpërndarje do të jenë të gatshme nga ekipi dhe atyre do t'iu kërkohet vetëm shpërndarja dhe thirrja e tyre disa ditë para organizimit të takimeve.

Në varësi të buxhetit, do të sponsorohen në rrjetet sociale 3-5 postimet më të rëndësishme për datën, vendin e organizimit të takimeve dhe ndonjë video-mesazh me rëndësi të Kryetarit apo ndikuesve lokal;

**Video** - Dy video do të prodohen me karakteri informimi për rëndësinë e pjesëmarrjes sa më të madhe qytetare dhe faktit se për herë të parë ata do të propozojnë, ata do të votojnë dhe këtë nuk do ta bëj ndonjë zyrtar komunal. Video e parë ka karakter informimi, kurse video e dytë do të përmbajë procesin e organizimit të aktiviteve dhe përzgjedhjes së projektit më të mirë pas një procesi të votimit të qytetarëve të pranishëm.

**Info-grafikat** përmbajtësore, të kuptueshme si pjesë e një identiteti të veçantë kreativ do të përdoren në vazhdimësi nga zyrtarët komunal, ndikuesit lokal dhe qytetarë.

**Broshura informative** - Një broshurë me të dhëna konkrete, telegrafike për nismën e re, datat, përfitimet e drejtpërdrejta të qytetarëve dhe info për buxhetin e ndarë, do të shpërndaren derë më derë tek komunitetet ku janë përzgjedhur për të qenë pjesë e kësaj nisme të re komunale. Broshurat po ashtu do të jenë të disponueshme në zyrën e komunës dhe do të shpërndahen gjithashtu përmes bizneseve lokale, shkollave dhe postës. Gjuha e broshurës do të jetë e lehtë për t'u kuptuar nga audienca në përgjithësi dhe tërheqëse vizualisht.

**Vizualizimi përmes qytetarëve** – një grup qytetarësh, të rinj, burra dhe gra, dhe nxënës, do të fotografohen nëpër lagje e fshatra të ndryshme me afishe në duar ku shkruajnë për projektet e mundshme që ata duan në lagjen e tyre. Kjo do të nxisë dhe orientojë qytetarët që të përgatiten për propozimet e tyre kur ndodhin takimet.

#### **IV. MESAZHET**

Qëllimi i kësaj nisme është ta rritë pjesëmarrjen qytetare duke shtuar buxhetimin me pjesëmarrje nga viti në vit. Pjesëmarrja e drejtpërdrejtë e qytetarëve për të vendosur për projektet në lagjen e tyre, do të rritë besimin në komunën dhe transparencën për shpenzimin e buxhetit.

Në funksion të përhapjes sa më të madhe të kësaj nisme të re, duhet një fushatë e vazhdueshme, me slogan, identitet vizual dhe mesazhe të qarta në mënyrë që qytetarët të njihen me projektin.

Disa nga sloganet e mundshme të propozuara janë si vijon:

- **Paratë tona, Idetë tona, Prizreni jonë**
- Të punojmë së bashku
- Bashkë për Prizrenin
- **Kërkesa juaj, buxheti juaj**
- Bashkë mundemi
- Drejtimi duhur
- Buxhetimi me pjesëmarrje - zgjidhja e duhur
- **Ju paguani taksa, ju vendosni**
- **Voto. Kërko**
- Ndërtojmë një të ardhme më të mirë
- Bashkë me qytetarët
- Të bashkuar për Prizrenin
- Bashkë flasim. Bashkë vendosim
- **Vota juaj, buxheti juaj**
- Propozoni, vendosni, votoni

Përmes sloganit synohet të inkurajohen anëtarët e komunitetit që të marrin pjesë aktivisht në procesin e planifikimit të buxhetit, duke propozuar dhe votuar në fund për projektin më të mirë të lagjes së tyre. Mesazhet synojnë të zgjojnë interesim dhe gjithëpërfshirje.

## V. VIZUALIZIMI I FUSHATËS

Për forcimin e nismës së re të buxhetimit me pjesëmarrje, është i nevojshëm edhe një identitet i ri vizual, i veçantë dhe lehtësisht i kuptueshëm nga qytetarët. Përmes dizajnit të brendit të ri të kësaj nisme, qytetarët do ta kenë më të lehtë identifikimin e këtij projekti duke i frymëzuar ata të marrin pjesë në procesin e planifikimit buxhetor në komunën e Prizrenit.

Vizualizimi i fushatës duhet të përmbajë këto elemente të mundshme:

- Një logo që përfshin idenitetin e Komunës së Prizrenit, dhe një numër qytetarësh në formë të grumbulluar që shfaqen duke folur, votojnë dhe vendosin për projektet e tyre. Pra diçka që simbolizon komunitetin;
- Logo e nismës duhet të përfshijë dhe reflektoj logon dhe ngjyrat e Komunës së Prizrenit
- Identiteti vizual do të jetë një ndërthurje dhe kombinim i sloganit të shkruar me font dhe një palë syza me ngjyrë portokalli, ku në njërën anë janë vizualizuar disa duar të ngritura grafike dhe në tjetrën janë qytetarët - një familje me fëmijë që duken në ndonjë projekt të vizualizuar.

Pas dizajnit dhe aprovimit të identitetit vizual, të gjitha do të aplikohen në produktet e komunikimit gjatë implementimit të fushatës. Jo vetëm përmes kanaleve të komunikimit, por edhe në ditët e takimeve, sallat do të brendohen me identitetin e ri vizual.

## **VI. PËRZGJEDHJA E VENDBANIMEVE DHE VOTIMI**

Duke marrë në konsideratë specifikat e Komunës së Prizrenit dhe karakterin shumëetnik e saj, si kriter për përzgjedhjen e vendbanimeve, kanë qenë fshati më i madh i komunës, lagjja më e dendur e qytetit dhe një vendbanim ku jetojnë komunitetet.

Pas përzgjedhjes, banorët do të informohen përmes kanaleve të përmendur më sipër. Do të caktohet një periudhë kohore për tu mbledhë idetë që kanë qytetarët e këtyre vendbanimeve, qoftë duke shkruar në rrjetet sociale, përmes letrave, telefonit. Takimi i parë do të shërbej për ti përsëritur idetë dhe marrë të reja gjatë takimit. Më pas, grupi punues do ti transformojë këto ide në formë projektesh dhe në takimin e dytë, që është dita finale e votimit, do të përzgjidhet projekti më i mirë nga votat e qytetarëve të pranishëm. Të gjitha propozimet të cilat e kalojnë përzgjedhjen do të vendosen në votim përmes kutive klasike të votimit.

Data e votimit, do të jetë një ditë feste, ku ftohen të gjithë qytetarët e lokaliteteve të marrin pjesë, të diskutojnë propozimet dhe më pas të njëjtat të votohen. Propozimet do të renditen me numra dhe do të jenë të dukshëm në ambientet e votimit. Fletët e votimit do të jenë të thjeshta: votoj për propozimin 1,2,3 e kështu më radhë. Ekipi koordinues kujdeset që asnjë qytetar të mos votojë më shumë se një herë dhe vetëm qytetarët rezident.

Pas përzgjedhjes së projekteve fituese, të njëjtit do të promovohen në rrjetet sociale dhe media. Në formën e një kontrate sociale mes Komunës dhe qytetarëve të atij vendbanimi, do të nënshkruhet simbolikisht për tu futur në buxhetin e vitit të ardhshëm për financim. Kjo lloj kontrate do të shërbej si zotim i drejtpërdrejt i Komunës me qytetarët.