



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
MINISTRIA E MBROJTJES

DIREKTIVA E KOMUNIKIMIT STRATEGJIK

2021

PËRMBAJTJA:

1. HYRJE.....	3
2. QËLLIMI.....	4
3. PËRKUFIZIMI I KOMUNIKIMIT STRATEGJIK.....	4
4. PARIMET E KOMUNIKIMIT.....	5
5. TEMAT KRYESORE TË KOMUNIKIMIT DHE MESAZHET KYÇE.....	5
5.1 Transformimi i përhershëm i instrumentit ushtarak.....	6
5.2 Mbrojtja kolektive dhe pjesëmarrja në operacione ndërkombëtare.....	6
5.3 Angazhimi i brendshëm dhe mbrojtja kontribuuese.....	7
5.4 Profesionit i ushtarakut.....	7
6. OBJEKTIVAT E KOMUNIKIMIT.....	8
6.1. Krijimi i kushteve për zbatimin e transformimit të instrumentit ushtarak.....	8
6.2. Mbështetja e vendimmarrjes për angazhimet në operacionet ushtarake dhe promovimi i mbrojtjes së përbashkët.....	8
6.3. Evidentimi i angazhimit të brendshëm dhe kontributit nga ana e mbrojtjes.....	8
6.4. Promovimi i profesionit ushtarak.....	9
6.5. Rritja e nivelit të informacionit të publiku mbi aktivitetet e MM-së dhe FARSH-it. .	9
7. AUDIENCA.....	10
7.1. Opinioni publik.....	10
7.2. Vendimmarrësit politikë.....	10
7.3. Partnerët dhe aleancat ndërkombëtare.....	10
7.4. Komuniteti i brendshëm.....	10
8. QASJA E KOMUNIKIMIT.....	11
9. KANALET E KOMUNIKIMIT.....	11
10. ROLI DHE PËRGJEGJËSITË.....	13

1. HYRJE

Direktiva e Komunikimit Strategjik (DKS) bazohet në tërësinë e kornizës aktuale gjeostrategjike, politike dhe ekonomike në të cilën Mbrojtja operon sot, si dhe në një vlerësim për trendet kryesore që në të ardhmen do të formësojnë sigurinë kombëtare dhe mjedisin ndërkombëtar.

Duke analizuar paqëndrueshmërinë globale, si dhe fenomenet komplekse dhe të pakontrollueshme të mjedisit që na rrethon, evidentohet nevoja për një sistem ushtarak kombëtar të parashikueshëm, të qëndrueshëm, ndërveprues dhe të integruar me atë të aleatëve. Zgjedhjet politike për çështjet e mbrojtjes duhet të shoqërohen nga një aktivitet të Komunikimit Strategjik që përfshin të gjithë aktorët pjesëmarrës në procesin e vendimmarrjes.

Ndryshime të mëdha kanë ndodhur në shoqëri dhe në media. Mënyra se si ne komunikojmë duhet të përshtatet me këto ndryshime, për të na lejuar të pasqyrojmë më mirë kulturën e audiencës, qëndrimet dhe pritshmëritë.

Në vitet e fundit, FARSH-i ka bërë përpjekje të konsiderueshme për të përmirësuar komunikimin. Edhe organizata të tilla, si NATO-ja dhe Bashkimi Evropian, për të përballuar sfidat e mëdha të ndryshimit, kanë ndier nevojën për t'u pajisur me dokumente strategjike të komunikimit më efektive.

DKS synon të rrisë reputacionin e Ministrisë së Mbrojtjes (MM) dhe të Forcave të Armatosura të Republikës së Shqipërisë (FARSH), si nga brenda dhe nga jashtë, duke ndikuar në të kuptuarit, aktivitetet dhe perceptimet e audiencave të brendshme, kombëtare dhe ndërkombëtare. Qartësia dhe qëndrueshmëria e komunikimit tonë ndikon drejtpërdrejt në mënyrën se si aktorët e brendshëm dhe të jashtëm e shikojnë FARSH-in në realizimin e misionit kushtetues për mbrojtjen e integritetit territorial.

Nëpërmjet DKS, MM synon të ofrojë një qasje të re komunikimi, si dhe të sigurojë një pjesëmarrje të kualifikuar dhe aktive në të gjitha forumet ku formulohen udhëzimet mbi sigurinë kombëtare.

Temat dhe mesazhet kryesore të komunikimit janë në linjë me objektivat strategjike të Shqipërisë dhe të FARSH-it, dhe do të mundësojnë qartësi dhe qëndrueshmëri në aktivitetet e komunikimit dhe angazhimit të Mbrojtjes.

DKS bazohet në Kushtetutën e Republikës së Shqipërisë, ligjin për të drejtën e informimit, Strategjinë e Sigurisë Kombëtare, Strategjinë Ushtarake dhe Rishikimin Strategjik të Mbrojtjes, si dhe në udhëzimet e NATO-s në fushën e marrëdhënieve me publikun dhe Komunikimin Strategjik.

DKS është korniza fillestare dhe detyruese për veprimin dhe paraqitjet publike të zyrtarëve, si dhe e të gjithë punonjësve në MM dhe anëtarëve të FARSH-it.

2. QËLLIMI

Qëllimi i DKS është të promovojë, kontribuojë dhe të mbështesë realizimin e misionit kushtetues për të mbrojtur Shqipërinë dhe interesat e saj kombëtare.

DKS do të sigurojë drejtimit e komunikimit strategjik për MM-në dhe FARSH-in. Parimet, temat, rrëfimi dhe mesazhet kryesore në këtë direktivë duhet të jenë mbështetja e veprimtarisë së komunikimit, duke siguruar mesazhe të forta, të qëndrueshme dhe të lidhura në themel.

DKS synon t'i sigurojë institucionit një politikë komunikimi që bazohet në qasjen e re ndaj komunikimit, strukturimin dhe koordinimin e aktiviteteve të komunikimit, sipas një plani të vetëm organik, si dhe orientimin e komunikimit drejt objektivave të identifikuara qartë.

DKS do të ofrojë kohezion dhe cilësi në planifikimin dhe ekzekutimin e komunikimit, në mbështetje të përparësive të MM-së dhe FARSH-it. Gjithashtu, direktiva përcjell besim të personeli ushtarak dhe civil i MM-së dhe FARSH-it, palët e interesuara dhe komuniteti.

Synimet dhe qëllimi do të mund arrihen duke siguruar që ne jemi duke komunikuar një rrëfim të qartë, koherent, imponues dhe të vërtetë. MM dhe FARSH angazhohen në mënyrë aktive me audiencat e brendshme dhe të jashtme në mënyrë që të shpjegojmë më mirë Mbrojtjen dhe për të fituar mbështetjen për atë që bëjmë. Për ta arritur këtë do të duhet të kemi përdorim më efikas dhe efektiv të burimeve të komunikimit në të gjithë MM dhe FARSH, të sigurohemi që të gjitha aktivitetet e komunikimit janë reciprokisht mbështetëse dhe të linjëzuara, plotësuese, dhe të përqendruara në objektiva të rëndësishme dhe të arritshme.

3. PËRKUFIZIMI I KOMUNIKIMIT STRATEGJIK

Nën termin “Komunikim Strategjik” përmbledhen koncepte, veprime dhe mjete operacionale të llojeve të ndryshme, që synojnë arritjen e objektivave nga një organizatë ose institucion. Komunikimi institucional bëhet “strategjik” kur prodhon dije dhe ndërgjegjësim, duke u kthyer në një mjet efikas për zhvillimin e një organizate publike.

Komunikimi Strategjik kuptohet si një tërësi e koordinuar veprimesh dhe iniciativash të komunikimit, që synojnë gjenerimin e njohurive dhe bashkëndarjen e tyre në audiencën e synuar, në shërbim të përmbushjes së qëllimeve institucionale dhe mbrojtjen e interesave kombëtare.

Teoria dhe praktika e komunikimit mbështetet në konceptet e mëposhtme:

- komunikimi bëhet nëpërmjet përgatitjes dhe shpërndarjes së mesazheve (të shkruara, zanore, video etj.), por edhe përmes veprimeve (shembuj, sjellje, gjeste etj.);
- përfshin aktivitete informuese, me qëllim arritjen dhe nxitjen e konsensusit;
- identifikon segmentet e audiencës për t'u arritur dhe kanalën e komunikimit;
- përcakton dhe realizon objektiva të përbashkëta në të gjitha nivelet.

4. PARIMET

Parimet kryesore në të cilat bazohet komunikimi efektiv, i harmonizuar dhe i përshtatshëm janë:

- a) **Besueshmëria** e mesazheve si në lidhje me burimin, ashtu edhe në aspektin e kanalit të shpërndarjes. Nuk duhet harruar që veprimet dhe sjelljet në vetvete përbëjnë mesazhe, dhe kontribuojnë në mënyrë vendimtare në besueshmërinë e një institucioni. Është e rëndësishme të mbahet në konsideratë roli kryesor që luan Mbrojtja në profilin ndërkombëtar të vendit.
- b) **Koherenca, vazhdimësia dhe qëndrueshmëria** në kohë e aktivitetit komunikues. Rrëfimet, temat dhe mesazhet e zhvilluara duhet të përcillen vertikalisht dhe horizontalisht, jo vetëm brenda Mbrojtjes, por edhe në institucionet dhe ministritë e tjera të interesuara, publikun, si dhe, kur është e nevojshme, me partnerët ndërkombëtarë. Përsëritja e mesazheve dhe vazhdimësia e përpjekjeve komunikuese në kohë janë të nevojshme për të siguruar qëndrueshmërinë e efekteve të veprimit komunikues.
- c) **Përfshirje aktive** dhe shumëdimensionale në procesin e marrjes dhe jetësimit të iniciativës. Për të qenë i suksesshëm, Komunikimi Strategjik kërkon një rol aktiv, të vazhdueshëm dhe sinergjik të të gjithë aktorëve dhe elementëve organizativë të përfshirë (jo vetëm komunikuesit institucionalë).
- ç) **Plotësueshmëria dhe ndarja** kuptohen si kritere për ndarjen e funksioneve ndërmjet niveleve të ndryshme të vendimmarrjes, në funksion të plotësimit sa më të kënaqshëm të kërkesave të qytetarëve, në përputhje me objektivat e komunikimit.
- d) **Saktësia, qartësia dhe afatet kohore** me të cilat informohet publiku janë elemente kryesore për besueshmërinë e një organizate, gjithashtu, shpejtësia e përgjigjes është një faktor kritik.
- dh) **Transparenca** si detyrim për Administratën Publike për të pasqyruar veprimet e ndërmarra, dhe si e drejtë e qytetarit për të shfrytëzuar burime dhe për t'u informuar mbi objektivat dhe veprimtarinë e njësive publike.
- e) **Respekt për publikun**, duke i ofruar informacion në kohë, gjithmonë në zbatim të mbrojtjes së privatësisë dhe sigurisë së personelit apo operacioneve në zhvillim e sipër.
- ë) **Përshtatshmëria** e mesazheve sipas situatës konsiderohet si e rëndësishme për strukturat e MM-së dhe FARSH-it, gjatë përdorimit të mjeteve të komunikimit.
- f) **Vlerësimi i efekteve** për aktivitetet e komunikimit në të gjitha nivelet e përfshirjes/ndarjes së audiencës së synuar.
- g) **Linjëzimi i komunikimit** i koordinuar dhe mbështetur nga autoritetet më të larta, me qëllim që kanalet dhe mesazhet të reflektojnë dhe përforcojnë objektivat e Qeverisë dhe MM-së.

5. TEMAT KRYESORE TË KOMUNIKIMIT DHE MESAZHET KYÇE

Këto janë temat kryesore, me rëndësi parësore për Mbrojtjen, mbi të cilat duhet të përqendrohet Komunikimi Strategjik.

5.1 Transformimi i përhershëm i instrumentit ushtarak.

Transformimi i instrumentit ushtarak dhe krijimi i një sistemi mbrojtës të qëndrueshëm financiarisht në kohë, duhet të synojë fuqizimin e faktorit njerëzor, me qëllim integrimin e plotë në sistemin e mbrojtjes dhe sigurisë së NATO-s.

Mesazhe kyçe:

- MM-ja dhe FARSH-i sigurojnë mbrojtjen e integritetit territorial të Republikës së Shqipërisë nëpërmjet një game të gjerë elementesh, si zbulimi, informacioni i vazhdueshëm, politikat e mbrojtjes, aftësitë e luftimit dhe komandim-kontroli.
- MM-ja dhe FARSH-i janë institucione përgjegjëse për ngritjen e kapaciteteve të përshtatshme për rrethanat strategjike.
- Mbrojtja ka zhvilluar një proces evoluimi dhe përshtatje, në përputhje me ndryshimin e vazhdueshëm të mjedisit strategjik. Janë ndërmarrë një sërë reformash transformuese dhe vazhdon përmirësimi për të qenë një organizatë efektive dhe efikase që realizon qëllimin dhe misionin e saj.
- Në përqindje të PBB-së, shpenzimet për Mbrojtjen rezultojnë në rritje të vazhdueshme në përshtatje me kërkesën gjithnjë e në rritje për aftësi. Kjo rritje i atribuohet angazhimeve kombëtare për siguri dhe cilësi të jetës së qytetarit, të angazhimeve në kuadër të NATO-s për një buxhet në masën 2% të PBB-së deri në vitin 2024, si dhe mbajtjes së shpenzimeve për investime dhe modernizim në masën 20% të buxhetit të Mbrojtjes.

5.2 Mbrojtja kolektive dhe pjesëmarrja në operacione ndërkombëtare.

Kërcënimet e reja të sigurisë kërkojnë shtrirjen e angazhimit të mbrojtjes edhe larg kufijve kombëtarë, për t'i parashikuar dhe parandaluar atje ku ato lindin dhe rriten. Angazhimi i trupave ushtarake në misionet ndërkombëtare është shumë i rëndësishëm, jo vetëm për imazhin e vendit, por gjithashtu edhe për interesa sigurie, strategjike dhe ekonomike.

Mesazhe kyçe:

- FARSH-i, me mundësitë dhe kapacitetet ushtarake që zotëron, në bashkëpunim me aleatët dhe partnerët, kontribuon në ndërtimin e një mjedisi sigurie më të qëndrueshëm.
- FARSH-i angazhohet në operacione dhe aktivitete ushtarake, të cilat mbrojnë interesat kombëtare, zvogëlojnë rrezikun ndaj të papriturave strategjike dhe tendencave globale, si dhe kontribuojnë në forcimin e paqes.
- FARSH-i përgatit dhe merr pjesë në operacione dhe misione ushtarake tokësore, detare dhe ajrore, zhvillon operacione paqeruajtëse në kuadër të NATO-s, BE-së dhe OKB-së, si dhe ofron ndihmë humanitare dhe lehtësim nga fatkeqësitë për popullatën civile.
- FARSH-i gëzon respektin e aleatëve dhe partnerëve për profesionalizmin, etikën në punë, kapacitetet intelektuale, forcën, guximin dhe kurajën.

- Efektivët e FARSH-it janë profesionistë, të cilëve iu është besuar realizimi i detyrave me nivel të lartë përgjegjësie, për të mirën e përbashkët dhe përparimin e objektivave kombëtare.

5.3 Angazhimi i brendshëm dhe mbrojtja kontribuese.

Kërcënimet natyrore, shëndetësore apo të shkaktuara nga njeriu, rrezikojnë jetën, sigurinë dhe qëndrueshmërinë e vendit. Angazhimi gjatë emergjencës shëndetësore të shkaktuar nga pandemia COVID 19, operacionet e kërkim-shpëtimit gjatë tërmetit të 26 nëntorit 2019, por edhe veprimet e ndërmarra për mbrojtjen e jetës dhe sigurisë së qytetarëve ndaj kërcënimeve të shumta natyrore, janë tregues i rolit vendimtar të FARSH-it dhe Agjencisë Kombëtare të Mbrojtjes Civile (AKMC), në bashkëpunim edhe me agjencitë e tjera, në menaxhimin e situatave me ndikim kombëtar.

Reformimi i thellë i sistemit të mbrojtjes civile rrit efikasitetin e reagimit ndaj emergjencave civile, si dhe zvogëlon riskun nga fatkeqësitë.

Mesazhe kyçe:

- Komuniteti kupton, vlerëson dhe është krenar për kontributin e Mbrojtjes në rastet e emergjencave të jashtëzakonshme.
- FARSH-i rrit efikasitetin e reagimit ndaj emergjencave civile, duke ofruar siguri dhe cilësi të jetës së qytetarit.
- FARSH-i është shndërruar në pjesë të zgjidhjes për problemet e sigurisë, duke ofruar burime njerëzore dhe mjetet e nevojshme për të menaxhuar skenarë të shumëfishtë.
- FARSH-i mbështet autoritetet civile në rastet e emergjencave natyrore ose të shkaktuara nga njeriu.
- Mbrojtja zotëron mekanizmat për të koordinuar përpjekjet në nivel ndërinstitucional, si dhe për adresimin e çështjeve të zvogëlimit të riskut të fatkeqësive.
- Mbrojtja nëpërmjet AKMC-së ushtron autoritet koordinues, drejtues, mbikëqyrës dhe kontrollues në fushën e zvogëlimit të riskut nga fatkeqësitë dhe mbrojtjen civile.

5.4 Profesionit i ushtarakut.

Mbrojtja zotëron kapacitetet e mjaftueshme njerëzore me një ekspertizë të larmishme të përbërë nga personeli ushtarak dhe civil, si dhe një industri ushtarake. Investimi në sektorin e mbrojtjes është në interes të drejtpërdrejtë të përmbushjes së objektivave strategjike të vendit.

Mesazhe kyçe:

- Kapitali njerëzor është pasuria më e çmuar dhe burimi më i rëndësishëm i FARSH-it. Shëndeti dhe mirëqenia e personelit ushtarak/civil është përgjegjësia më e madhe dhe përparësia më e lartë e drejtuesve të MM-së dhe Shtabit të Përgjithshëm.

- FARSH-i ofron një qasje të integruar për rekrutimin, formimin profesional dhe të karrierës, si dhe menaxhimin, arsimimin dhe trajnimin e personelit të tij.
- FARSH-i, nëpërmjet frymës së lartë të bashkëpunimit dhe promovimit profesional, rekruton dhe trajnon personelin ushtarak, në të njëjtën kohë ofron shanse të barabarta pa dallim gjinor, fetar, krahinor dhe racor.
- Ushtarakët dhe civilët e FARSH-it përfaqësojnë denjësisht Shqipërinë në strukturat dhe shtabet e NATO-s, diplomacinë ushtarake, si dhe operacionet ndërkombëtare.

6. OBJEKTIVAT E KOMUNIKIMIT

6.1. Krijimi i kushteve për zbatimin e transformimit të instrumentit ushtarak.

- a) Aktorët e përfshirë në komunikimin institucional duhet të punojnë për të siguruar veprime të harmonizuara dhe të koordinuara në çështjen e transformimit të instrumentit ushtarak.
- b) Duhet të realizohen përpjekje të mëtejshme, përfshirë komunikimin e brendshëm, për promovimin e vetëdijes mbi rëndësinë e transformimit të instrumentit ushtarak.
- c) Opinioni publik dhe palët e interesuara duhet të jenë në gjendje të kuptojnë dhe vlerësojnë se nevoja për të pasur një instrument ushtarak të aftë, fleksibël, ndërveprues dhe të parashikueshëm, është një kusht themelor për ruajtjen e interesave kombëtare.

6.2. Mbështetja e vendimmarrjes për angazhimet në operacionet ushtarake dhe promovimi i mbrojtjes së përbashkët.

- a) Shpjegon për publikun përkatës arsyet e përfshirjes së FARSH-it në operacione brenda dhe jashtë vendit. Në nivelin operativ është e rëndësishme të nënvizohet rritja e kapacitetit të ndërveprimit të FARSH-it me ato të vendeve të tjera.
- b) Përdor çdo mjet për të informuar opinionin publik mbi faktin se angazhimi ushtarak në zona krizash larg kufijve kombëtarë është parakushti për ruajtjen e sigurisë dhe interesave të vendit.
- c) Rritja e ndërgjegjësimit të publiku se operacionet ushtarake kanë ndihmuar në stimulimin e rritjes ushtarake të vendit.
- ç) Angazhimi i FARSH-it në një kontekst shumëkombësh, veçanërisht në operacionet e NATO-s, jo vetëm që është gjithnjë e më i nevojshëm për arsye ekonomike (duke kursyer burime), por edhe në nivel strategjik (ndarja e objektivave).
- d) Duhet nënvizuar lidhja midis aftësisë sonë të mbrojtjes dhe pozitës së vendit në Botë, prosperitetit dhe aftësisë së tij për të përmirësuar jetesën e qytetarëve.

6.3. Evidentimi i angazhimit të brendshëm dhe kontributit nga ana e Mbrojtjes.

- a) Informon publikun se FARSH-i luan rolin e tij në sistemin e brendshëm të vendit, falë menaxhimit të emergjencave natyrore apo shëndetësore, në koordinim me AKMC-në.

- b) FARSH-i dhe AKMC-ja kanë në përparësi të punës së tyre planifikimin, trajnimin dhe modernizimin në mbështetje të popullatës civile, në përballje me fenomenet natyrore.
- c) Publiku duhet të informohet se sistemi i mbrojtjes civile është pjesë integrale e Mbrojtjes. AKMC-ja dhe FARSH-i janë shtylla kryesore koordinuese/reaguese, duke vepruar gjithmonë me efikasitet të lartë.
- ç) Operacionet e kërkim-shpëtimit, si në det dhe në tokë, kryhen ekskluzivisht nga strukturat e FARSH-it, të dedikuara për këtë qëllim dhe që në mënyrë të drejtpërdrejtë garantojnë jetën dhe sigurinë e qytetarëve.
- d) Opinioni publik duhet të ketë dijeni se Mbrojtja është e kudogjendur dhe në dispozicion të popullsisë civile edhe në zonat më të thella dhe në rrethana tepër të vështira klimaterike.

6.4. Promovimi i profesionit ushtarak.

Përdor çdo mjet për të informuar opinionin publik, si më poshtë:

- a) Në sistemin arsimor ushtarak përvetësohen njohuri dhe tituj, që njihen në jetën civile.
- b) Në sistemin arsimor ushtarak, gjithnjë e më shumë vëmendje i kushtohet zhvillimit të aftësisë për të mësuar dhe për të marrë njohuri të reja në fushën e sigurisë dhe mbrojtjes.
- c) Mundësinë e arsimit dhe trajnimit të mëtejshëm në shkollat ushtarake dhe akademitë jashtë vendit.
- ç) Implementimi i politikave të cilat nxitin barazi gjinore në institucionet arsimore ushtarake, si dhe mbështesin integrimin e grave në të gjitha sferat e veprimtarisë së FARSH-it.
- d) Personeli ushtarak ka një punë të sigurt dhe një karrierë të parashikueshme.
- dh) Mundësinë e kontributit personal në operacionet në mbështetje të paqes.

6.5. Rritja e nivelit të informacionit dhe transparencës te publiku mbi aktivitetet e MM-së dhe FARSH-it.

- a) Informimi i opinionit të gjerë ka për qëllim sigurimin e mbështetjes publike për realizimin e misioneve dhe detyrave. Mesazhet e përcjella duhet të kenë për qëllim rritjen e reputacionit të Mbrojtjes, besimit të publikut dhe perceptimit gjithmonë e më pozitiv për njerëzit tanë me uniformë.
- b) Opinioni publik është i qartë se operacionet dhe misionet ushtarake sigurojnë mbrojtjen e integritetit territorial të vendit tonë, avancojnë interesat tona kombëtare dhe i vijnë në ndihmë popullsisë në nevojë.
- c) Publiku duhet të informohet në mënyrë të tillë që të kuptojë sfidat, rreziqet dhe ndryshimet në mjedisin e sigurisë rajonale dhe ndërkombëtare.
- ç) Në mënyrë aktive duhet të përcillen gjithmonë detyrimet e MM-së dhe FARSH-it si vend anëtar i NATO-s, por dhe roli, aktivitetet dhe përfitimet e të qenit pjesë e Aleancës.
- d) Vendi ynë mbështet aleatët dhe partnerët dhe në vijimësi është i angazhuar dhe bashkëpunues për çështjet e sigurisë. Ushtarakët tanë përfaqësojnë denjësisht vendin tonë në çdo angazhim si pjesë e Aleancës apo iniciativat dhe misionet rajonale apo ndërkombëtare.

- e) Hartimi dhe publikimi i aktivitetit institucional, kuadrit ligjor rregullator apo çdo elementi tjetër që ka lidhje me transparencën e Mbrojtjes të kryhet në mënyrë proaktive dhe të përvitshme, si një detyrim kombëtar dhe ndërkombëtar.

7. AUDIENCA

Audienca e MM-së dhe FARSH-it është e larmishme, si dhe me një gamë komplekse të çështjeve dhe interesave që janë unike për secilin. Strukturat përkatëse duhet të identifikojnë dhe angazhojnë me kujdes audiencat që lidhen me rrethana të veçanta, nevoja dhe motivime.

Komunikimi në institucionin e MM-së synon të arrijë në të paktën katër audienca kryesore, me qëllim informimin, ndikimin, bindjen dhe përfshirjen e tyre.

7.1. Opinioni publik.

Përbën elementin themelor të konsensusit me një ndikim të gjerë në zgjedhjet politike.

Me zbatimin e modelit profesional dhe suksesin e operacioneve dhe misioneve ndërkombëtare, FARSH-i është në gjendje të përshtatë pozitivisht në kohë komunikimin e tij në lidhje me ndryshimet në skenarët e sigurisë kombëtare dhe ndërkombëtare.

Publiku shqiptar duhet të kuptojë dhe vlerësojë kontributet e FA-së në fushën e mbrojtjes së interesave kombëtare të sigurisë, si dhe ndihmën ndaj popullsisë në rastet e emergjencave civile.

7.2. Vendimmarrësit politikë.

Mbrojtja, në mënyrë që të arrijë qëllimet e saj institucionale, duhet të jetë në gjendje të argumentojë përparësitë e saj në procesin e vendimmarrjes së institucioneve dhe organeve të përfshira në sigurimin e mbrojtjes kombëtare të Republikës së Shqipërisë, si në aspektin e dhënies së peshës së duhur nevojave dhe zgjedhjeve politiko-ushtarake, ashtu edhe në aspektin e alokimit të burimeve të nevojshme financiare. Është e nevojshme të zhvillohet kapaciteti i duhur për të “bashkëvepruar” me vendimmarrësit politikë në një mënyrë efektive dhe plotësisht të lidhur me objektivat strategjike të vendosura nga drejtuesit politikë.

7.3. Partnerët dhe aleancat ndërkombëtare.

FARSH-i merr pjesë në operacione dhe angazhime të ndryshme ndërkombëtare, si pjesë e përpjekjeve të OKB-së, NATO-s dhe BE-së apo koalicione, për paqe dhe siguri. Ushtarakët tanë janë të vlerësuar nga aleatët për aftësitë, karakterin dhe profesionalizmin.

Megjithatë, edhe në prani të një faktori ndërkombëtar potencialisht mbështetës ndaj vendit tonë, veprimi i kundërt i një numri të vogël, por me ndikim të aktorët të tjerë mund të ndryshojë lehtë mbështetjen ndërkombëtare. Prandaj, institucionet e Mbrojtjes duhet të jenë në gjendje të përgatitin dhe të përdorin me efektivitet informacionin për audiencat ndërkombëtare, të cilat

kanë aftësinë për të mbështetur Shqipërinë politikisht, ekonomikisht dhe në çështjet e sigurisë dhe mbrojtjes.

7.4. Komuniteti i brendshëm.

Komuniteti i brendshëm përbëhet nga personeli aktiv i MM-së, Shtabit të Përgjithshëm të FARSH-it, si dhe strukturave të tyre të vartësisë. Gjithashtu, pjesë e komunitetit janë edhe ata që kanë shërbyer në FARSH, si dhe komunitetet me lidhje të drejtpërdrejta me institucionin e Mbrojtjes (si familjet).

8. QASJA E KOMUNIKIMIT

“Siguria” dhe “Mbrojtja” janë tema shumë të ndjeshme për shoqërinë. Informimi mbi veprimtarinë e Mbrojtjes në kryerjen e detyrimeve institucionale nuk është vetëm një detyrë, por një domosdoshmëri edhe për të kundërshtuar shpërndarjen e informacionit të pasaktë dhe /ose përdorimin e tij në mënyra dashakeqe.

Në frymën e Komunikimit Strategjik, qasja e re duhet të jetë:

- ndërkombëtare;
- ndërministrare;
- ndërforcë;
- multidisiplinare;
- e orientuar nga objektivat strategjike institucionale;
- aktive dhe proaktive;
- reaktive në raste aktivizimi dhe krize;
- e strukturuar dhe e koordinuar.

9. KANALET E KOMUNIKIMIT

Një pjesë integrale e komunikimit të suksesshëm me audiencën tonë të identifikuar, është zgjedhja e kanalit të duhur të komunikimit. Qëllimi është informimi, ndikimi dhe frymëzimi.

Për të bashkërenduar, për aq sa është e mundur, tërësinë e veprimeve që kontribuojnë në Komunikimin Strategjik, është e nevojshme të identifikohen disiplinat që kontribuojnë në realizimin e tij.

a) Informimi publik.

Informimi publik, tradicionalisht përgjegjës për menaxhimin e marrëdhënieve me botën e medias, duhet të kryhet sipas metodologjive më të përditësuara. Megjithatë aktivitetet e monitorimit të mediave dhe përgatitja e njoftimeve për shtyp dhe mesazheve mbeten qendrore dhe të pashmangshme, kompleksiteti i botës së sotme kërkon një zgjerim thelbësor të aktiviteteve të informimit publik, krahasuar me atë që kuptohet tradicionalisht.

Në fakt, është e nevojshme:

- zhvillimi cilësor i marrëdhënieve me botën e medias, përmes teknikave të menaxhimit të lajmeve (krijimi i lajmeve dhe ngjarjeve që synojnë të fitojnë vëmendjen);
- marrëdhënira me median duhet të jetë proaktive dhe të forcohet në mënyrë të vazhdueshme;
- zgjerimi i mëtejshëm për informim nëpërmjet lajmeve, postimeve në mediat sociale (facebook, twitter etj.), broshura, video, fotografi etj.;
- të punohet për të identifikuar çdo lajm që dëmton (apo perceptohet se dëmton) besueshmërinë e FA-së dhe problemi të adresohet në mënyrë të shpejtë, transparente dhe profesionale.

b) Komunikimi i brendshëm.

Mbrojtja gjithashtu ka nevojë të komunikojë së brendshmi vlerat kulturore dhe organizative mbi të cilat bazohet, si dhe objektivat që duhet të arrihen.

Komunikimi i brendshëm është kryesisht përgjegjësi e komandantëve në të gjitha nivelet dhe luan një rol strategjik si një mjet për menaxhimin e burimeve njerëzore, të orientuara drejt përfshirjes dhe motivimit. Në mënyrë që klima e organizatës të orientohet drejt bashkëpunimit dhe pjesëmarrjes më të madhe midis anëtarëve të saj, është e nevojshme që kanalet e komunikimit të aktivizohen jo vetëm në një drejtim (lart-poshtë), por edhe në kanalet ngjithëse (nga poshtë-lart) dhe horizontale.

Zhvillimi i një sistemi të strukturuar të komunikimit të brendshëm, i shtrirë në një mënyrë organike edhe në organet e përfaqësimit ushtarak, konsolidon me kalimin e kohës një njohuri të përbashkët dhe të përditësuar dhe është mjeti më i përshtatshëm për të mbështetur në mënyrë efektive komunikimin e jashtëm.

Gjithkush mund të jetë një “ambasador” i institucionit të tij dhe përhapjet e mundshme të mesazheve nga të brendshme te ato të jashtme janë gjithmonë të pritshme.

c) Marrëdhëniet institucionale.

Janë ato që do të vendosen dhe zhvillohen me:

- Presidentin e Republikës, veçanërisht në funksionin e tij si Komandant i Përgjithshëm i FARSH-it;
- Parlamentin, në përputhje me përgjegjësitë kushtetuese, për të siguruar mbështetje për vendimet politike në bazë të informacionit efektiv dhe të plotë;
- Qeverinë, për të mbështetur përparësitë politiko-ushtarake në kontekstin e sigurimit të burimeve të nevojshme për aktivitetet e saj;
- Autoritetet gjyqësore;
- Aktorët kryesorë ekonomikë, teknologjikë dhe industrialë, veçanërisht ata që përfshihen në furnizimin e mallrave dhe shërbimeve për Mbrojtjen;

- Aktorët socialë, grupet e interesit, komunitetet lokale, shoqatat etj., të cilët bashkëveprojnë në mënyra të ndryshme me Mbrojtjen dhe aktivitetet e saj;

ç) Diplomacia publike dhe kulturore.

Me këto terma nënkuptojmë një seri aktivitetesh që synojnë një publik të huaj të identifikuar. Këto veprime mund të kryhen drejtpërdrejt dhe në mënyrë të qartë, gjatë takimeve dypalëshe ose shumëpalëshe, udhëtimeve institucionale apo shkëmbimeve të vizitave, atashëve ushtarakë dhe përfaqësuesve në organizata apo në strukturat, agjencitë dhe qendrat e NATO-s apo edhe përmes organizimit të aktiviteteve të ndryshme të karakterit sportiv, trajnimeve, seminareve etj.

d) Komunikimi operativ.

Komunikimi operativ është mjete kryesor në dispozicion të FARSH-it për të bashkëvepruar gjatë kryerjes së operacioneve, me palët e interesuara dhe popullsinë lokale. Përmes tij lehtësohet arritja e objektivave të misionit, duke realizuar edhe ekonominë e forcave.

Për të arritur rezultatet më të mira, plani operativ i komunikimit duhet të jetë i integruar ngushtë me planifikimin e operacioneve. Operacionet e informacionit (InfoOps), të afta për të modeluar perceptimet dhe mendimet e aktorëve të ndryshëm të përfshirë në një konflikt, zakonisht konsiderohen se mbështesin operacionet tradicionale, të ashtuquajturat “kinetike”, d.m.th. ato që përfshijnë përdorimin tradicional të forcës ushtarake.

Sidoqoftë, duke marrë parasysh kompleksitetin kulturor të shumë prej skenarëve modernë të ndërhyrjes, operacionet e informacionit mund të bëhen gjithashtu mbizotëruese mbi ato kinetike, duke u kthyer në përpjekjen kryesore të një aktori të caktuar, në një kontekst të caktuar krize ose konflikti.

10. ROLI DHE PËRGJEGJËSITË

DKS është një dokument i brendshëm i MM-së dhe FARSH-it. Autoriteti përgjegjës për miratimin e direktivës është ministri i Mbrojtjes.

DKS lidh të gjithë punonjësit në MM dhe FARSH dhe veçanërisht ata që performojnë në publik.

Mbajtësi i DKS është Drejtorja e Përgjithshme e Politikave të Mbrojtjes, në MM, si dhe Shtabi i Përgjithshëm i FARSH-it. Personat përgjegjës për zbatimin e DKS janë ekzekutivët në të gjitha nivelet organizative të MM-së dhe FARSH-it, brenda kompetencave të tyre.

Strukturat e komunikimit dhe informacionit publik duhet të veprojnë në mënyrë të integruar, sinergjike dhe me një qasje të përbashkët, në të gjitha nivelet. Por, mbi të gjitha, të gjithë elementët organizativë, në të gjitha nivelet, duhet të jenë të vetëdijshëm se janë pjesë e komunikimit global dhe duhet të veprojnë në përputhje të plotë me qëllimin e institucionit, në një proces koordinimi.

Drejtoria e Përgjithshme e Politikave të Mbrojtjes, në Ministrinë e Mbrojtjes, ndjek zbatimin e orientimeve dhe detyrave të shtruara në këtë direktivë, duke zhvilluar planet përkatëse të detajuara për MM-në, si dhe ndjek monitorimin dhe zbatimin e planeve të hartuara të strukturave të vartësisë të MM-së.

Shtabi i Përgjithshëm i FARSH-it, Komandat e Forcave dhe strukturat e vartësisë hartojnë plane përkatëse në funksion të misionit dhe detyrave, duke inkorporuar mesazhet e komunikimit strategjik.

Qendra e Kulturës, Mediave, Botimeve të Mbrojtjes dhe Muzeut të FARSH-it, harton planet përkatëse për të ndihmuar Mbrojtjen për të arritur audiencat dhe influencuar perceptimet publike.

DKS konkretizohet dhe zbatohet sipas planeve të hollësishme të zbatimit dhe me programe të veçanta për një periudhë të caktuar kohe, më e gjata për dy vjet.