



Organizata për
Demokraci, Antikorrupsion
dhe Dinjitet, Çohu!

Preportr

Preportr

Strategjia e punës
2023-2028



Preportr

Organizata për Demokraci, Antikorrupsion dhe Dinjitet, Çohu!

Rruga: Fehmi Agani 21-5; Prishtinë, Kosovë

Tel / +383 (0)38 248 506

www.cohu.org

Hyrje	05
<hr/>	
Analizë e kontekstit	07
<hr/>	
Orientimet strategjike	09
<ul style="list-style-type: none">— Transformimi i produkteve tradicionale— Ristrukturimi i “Shkollës së Gazetarisë Hulumtuese— Pozicionimi më i mirë në platformat e rrjeteve sociale— Ristrukturimi organizativ i Preportrit	
<hr/>	
Qëllimi i përgjithshëm dhe objektivat specifike	10
<ul style="list-style-type: none">— Treguesit e realizimit të qëllimit të përgjithshëm	
<hr/>	
Objektivat specifike	11
<hr/>	
Vlerësimi	14
<hr/>	
Financimi dhe ngritja e fondeve	15
<hr/>	

SHËNIM: Ky dokument strategjik është hartuar për nevojat e brendshme të Organizatës ÇOHU – Preportr. Dokumenti nuk mund të shfrytëzohet apo të shpërndahet pa lejen paraprake dhe eksplicite të Organizatës ÇOHU.

Hyrje

E themeluar në shtator të vitit 2005, qëllimi i Organizatës Çohu është kufizimi i ndikimit të korrupsionit politik në institucionet publike të Kosovës. Përderisa Kosova mbetet një vend i varfër dhe i pazhvilluar, me rritje të ulët ekonomike, korrupsioni duket të ketë marrë një kahje tjetër, atë të zgjerimit. Për ta zvogëluar korrupsionin dhe për ta hapur rrugën për zhvillim, Çohu angazhohet për institucione transparente dhe llogaridhënëse.

Në kuadër të aktiviteteve të saj, Çohu i monitoron rastet e dyshuara të korrupsionit në gjykatat e Kosovës, monitoron dhe raporton mbi parashkrimin e lëndëve të korrupsionit, rishikon dhe propozon ndryshime të infrastrukturës ligjore dhe institucionale kundër korrupsionit. Këto aktivitete kryhen nga Zyra Ligjore dhe Kundër korrupsion e Çohut. Rishikimi dhe analizimi i kontratave të prokurimit publik është aktivitet në të cilin organizata është specializuar dhe ka zhvilluar metodologji të veten hulumtuese duke gjeneruar kështu të dhëna të rëndësishme mbi shpenzimet publike.

Për të nxitur hulumtimin dhe për të arritur tek audienca më të gjera, Organizata Çohu ka themeluar krahun e saj gazetaresk, Qendrën Kosovare për Gazetari Hulumtuese (QKGH) e cila e publikon revistën (tani portalin) **“Preportr”**.

Përmes aplikimit të metodologjisë së zhvilluar, “Preportr” ka publikuar hulumtime jetike mbi patronazhin politik, klientelizmin, prokurimin publik, energjinë, shëndetësinë, arsimin e lartë, kompanitë publike si PTK, KEK dhe ANP, apo mbi kontratat investuese të ashtuquajtura “strategjike” me vlerë të lartë monetare siç është “Rruga e kombit”.

Duke parë nevojën për rizhvillimin e mediumit Preportr pas zhvillimeve dhe ndryshimeve të hovshme në fushën e teknologjisë, e sidomos në fushën e mediave online, Organizata Çohu e ka parë të nevojshme zhvillimin e një Strategjie të punës për produktin e saj medial, platformën Preportr, me qëllimin përfundimtar që ky medium të mbajë hapin me konkurrentët por edhe me skenën mediale të Kosovës në përgjithësi.

Strategjia e punës së Preportrit në periudhën 2023-2028 do të fokusohet në fushat në vijim:

- **Prodhimi i përmbajtjes në fushat tematike të organizatës dhe prioritetizimin e temave të reja, të patrajuara deri më sot** sidomos nga mediat e tjera në Kosovë;
- **Ndërtimi i audiencës së re, dhe mbulueshmëria në platformat e përdorura nga kjo audiencë;**
- **Zhvillimi i produkteve të reja mediale,** me fokus te audienca e re;
- **Edukimi e brezave të rinj të gazetarëve** me praktikata e gazetarisë hulumtuese;
- **Ristrukturimi organizativ platformës** për t’iu përgjigjur nevojave në hap me zhvillimin e tij dhe me zhvillimin e medias në përgjithësi.

Qëllimi përfundimtar i kësaj strategjie është të përditësohet platforma mediale Preportr e cila do t’i përgjigjej nevojave të audiencave të saj, por edhe nevojës së përgjithshme të skenës mediale në Kosovë për një platformë e gazetarisë hulumtuese në Kosovë, siç vazhdon të jetë mediumi Preportr.

Qëllimi i përgjithshëm i Preportrit për periudhën 2023-2027

Informimi i drejtë i audiencave, prodhimi dhe ofrimi i përmbajtjes mediale cilësore, ngritja e vetëdijes së qytetarëve për problemet shoqërore dhe politike dhe, përfundimisht, përmirësimi i raportimit medial në Kosovë.

Objektiva Specifike

1. Në periudhën 2023-2028 të ketë rritje të prodhimit të përmbajtjes në fushat tematike të Organizatës ÇOHU por edhe rritje të prodhimit në fushat e reja tematike;
2. Deri në vitin 2028, Shkolla e Gazetarisë Hulumtuese ta ketë arritur vetqëndrueshmërinë;
3. Në periudhën 2023-2028 të ketë së paku dyfishim të numrit të pëlqimeve dhe ndjekësve të Prepotrit, në uebfaqe dhe në faqet e rrjeteve sociale – Facebook dhe Instagram;
4. Deri në vitin 2028, të bëhet ristrukturimi organizativ i platformës Prepotr.



Qëllimi përfundimtar i kësaj strategjie është të përditësohet platforma mediale Prepotr e cila do t'i përgjigjej nevojave të audiencave të saj, por edhe nevojës së përgjithshme të skenës mediale në Kosovë për një platformë e gazetarisë hulumtuese në Kosovë, siç vazhdon të jetë mediumi Prepotr.

Analizë e kontekstit

Për të nxitur hulumtimin dhe për të arritur tek audiencia më të gjera, Organizata Çohu ka themeluar krahun e saj gazetaresk, Qendrën Kosovare për Gazetari Hulumtuese (QKGH) e cila e publikon revistën (tani portalin) **“Preportr”**.

Përmes aplikimit të metodologjisë së zhvilluar, “Preportr” ka publikuar hulumtime jetike mbi patronazhin politik, klientelizmin, prokurimin publik, energjinë, shëndetësinë, arsimin e lartë, kompanitë publike si PTK, KEK dhe ANP, apo mbi kontratat investuese të ashtuquajtura “strategjike” me vlerë të lartë monetare siç është “Rruga e kombit”.

Duke parë nevojën për rizhvillimin e mediumit Preportr pas zhvillimeve dhe ndryshimeve të hovshme në fushën e teknologjisë, e sidomos në fushën e mediave online, Organizata Çohu e ka parë të nevojshme zhvillimin e një Strategjie të punës për produktin e saj medial, platformën Preportr, me qëllimin përfundimtar që ky medium të mbajë hapin me konkurrentët por edhe me skenën mediale të Kosovës në përgjithësi.

Preportr vazhdon të operojë në një mjedis medial ku shumica e platformave ofrojnë gazetari fast-food, gazetari të klikimeve dhe produkte që për qëllim nuk kanë informimin e drejtë dhe të saktë por lajthiten e masave.

Në këtë kontekst të vështirë medial, dhe shtoja kësaj ndryshimet drastike në fushën e teknologjisë dhe të mediave, por edhe të praktikës së konsumit të lajmeve, Preportr me këmbëngulësi ka vazhduar t'i ofrojë publikut atë që di të bëjë më së mirë – gazetari cilësorë nëpërmjet shkrimeve të detajuara, analizave të fushave të ndryshme tematike, dhe videove (dokumentarëve) që në detaje pasqyrojnë dhe shtjellojnë një temë të caktuar.

Vizioni i Preportrit është ofrimi i një platforme mediale ku qytetarët do të informoheshin drejt dhe saktë për temat më aktuale në Kosovë, dhe vetëdijësimi i qytetarëve për të qenë pjesë aktive e jetës publike në Kosovë.

Por, me ndryshimin e “shijeve” të konsumatorëve të mediave, ka lindur edhe nevoja e madhe që këto produkte ta arrijnë këtë audiencë për vëmendjen e së cilës tashmë po zhvillohet një luftë e ashpër.

Dihet se shumë media tradicionale kanë kaluar në platforma online, dhe Kosova është i vetmi vend në Evropë pa shtyp. Po ashtu, dihet se me kalimin në *“online-only”* ka ndryshuar edhe mënyra e të bërit gazetari dhe të gjitha mediat tani fushatat më të mëdha i realizojnë nëpërmjet rrjeteve sociale.

Këtu lindin në pah edhe dy nevojat kryesore në të cilat duhet të fokusohet Preportr në periudhën strategjike në fjalë, e ato janë:

- **T'i “përkthejë” produktet e veta tradicionale** – kjo nënkupton zbrërthimin e teksteve të gjata që Preportr i publikon tradicionalisht në disa tekste më të shkurtra (multimediale, duke shtuar video, audio dhe infografika), si dhe prodhimin e produkteve të reja mediale me po këtë logjikë, duke publikuar tekste të shkurta që përbëjnë pjesë të një tërësie, dhe
- **Të pozicionohet më mirë në platformat e rrjeteve sociale** – kjo nënkupton fushatë “më të egër” në Facebook, duke prodhuar “teaser” tekstesh dhe videosh, duke sponsorizuar postime dhe video, si dhe duke shkruar postime të cilat janë të optimizuara për SEO që kështu në rezultatet e kërkimit në Google, të rankohen sa më lart. Në këtë rrafsh hyn edhe zhvillimi i faqes së Instagramit, dhe trajnimin e stafit i cili do të merrej specifikisht me promovimin e përmbajtjes në rrjetet sociale.

Misioni i Preportrit është mbrojtja e interesit të qytetarit duke promovuar gazetarinë e pavarur hulumtuese dhe duke prodhuar përmbajtje mediale që drejtërdrejt e tërthorazi e fton qytetarin të jetë pjesë aktive e proceseve demokratike në Kosovë.

Platforma Preportr tash e 13 vjet u ofron qytetarëve gazetari të pavarur hulamtuese, dhe tekste unike të cilat në shumë raste edhe janë shpërblyer me çmime vendore e ndërkombëtare për gazetarinë cilësore e profesionale.

Disa nga të arriturat Preportrit janë:

- ✚ Trajtimi i temave specifike sociale dhe politike në Kosovë të cilat nuk janë trajtuar sa duhet nga mediumet e tjera në Kosovë;
- ✚ Inicimi i rasteve pranë gjykatave, falë raportimit të platformës Preportr;
- ✚ Çmimet për gazetarinë hulamtuese në nivel vendi dhe ndërkombëtar;

- ✚ Organizimi i shkollave të gazetarisë hulamtuese duke përfshirë më shumë se 300 pjesëmarres gazetarë dhe studentë të gazetarisë – me fokus të vecantë në aspektet e gazetarisë hulamtuese të portaleve të lajmeve.
- ✚ Bashkepunimi me KMSHK-në, platformën KRIK, me mediat lokale dhe me institucionet e tjera në Kosovë.
- ✚ Pjesë e rrjetit me të madh ndërkombëtar të gazetarisë hulamtuese OCCRP.

Orientimet strategjike

Fokusi kryesor i Preportrit për periudhën 2023-2028 do të jetë në fushat në vijim:

Transformimi i produkteve tradicionale

Preportri do të fillojë t'i zërthejë tekstet e gjata që i publikon tradicionalisht në disa tekste më të shkurtra (multimediale, duke shtuar video, audio dhe infografika), si dhe prodhimin e produkteve të reja mediale me po këtë logjikë, duke publikuar tekste të shkurtra që përbëjnë pjesë të një tërësie.

Ristrukturimi i "Shkollës së Gazetarisë Hulumtuese

Preportri do të vazhdojë me fuqizimin e Shkollës së Gazetarisë Hulumtuese për gazetarët e rinj.

Pozicionimi më i mirë në platformat e rrjeteve sociale

Zhvillimi i fushatave "më të egra" në Facebook e Instagram:

- duke prodhuar "teaser" tekstesh dhe videosh,
- duke sponsorizuar postime dhe video,
- duke shkruar postime të cilat janë të optimizuara për SEO që kështu në rezultatet e kërkimit në Google, të rankohen sa më lart.

Në këtë rrafsh hyn edhe zhvillimi i faqes së Instagramit, dhe trajnimin e stafit i cili do të merrej specifikisht me promovimin e përmbajtjes në rrjetet sociale.

Ristrukturimi organizativ i Preportrit

Organizata ÇOHU pas diskutimeve të brendshme dëshiron ta lë të hapur dhe të vazhdojë diskutimet e brendshme, me Bordin dhe partnerët e saj lidhur me opsionet e ndarjes së saj nga Organizata ÇOHU dhe funksionimin si platformë e pavarur mediale – me uebfaqen e vet, emrin e ribrenduar e kështu me radhë.

Megjithëse diskutimet më shumë i japin krah vazhdimin të funksionimit ashtu siç është – duke pasur për bazë vështirësitë financiare me të cilat përballet organizata dhe shoqëria civile në përgjithësi, por edhe ndryshimin e hovshëm të skenës mediale në Kosovë, ndarja mbetet opion për t'u shqyrtuar çdo fundvit në mbledhjet e bordit.

Qëllimi i përgjithshëm dhe objektivat specifike

Qëllimi i përgjithshëm i Preportrit për periudhën 2023-2028 është

Informimi i drejtë i audiencave, prodhimi dhe ofrimi i përmbajtjes mediale cilësore, ngritja e vetëdijes së qytetarëve për problemet shoqërore dhe politike dhe, përfundimisht, përmirësimi i raportimit medial në Kosovë.

Realizimi i këtij qëllimi do të pasqyrohet në numrin e produkteve të reja të prodhuara, në numrin e audiencës që ndjek faqen në platformat sociale, si dhe në trajtimin e temave të Preportrit nga mediat e tjera në Kosovë.

Treguesit e realizimit të qëllimit të përgjithshëm

- Numri i temave të reja të trajtuara;
- Numri i ndjekësve në rrjetet sociale;
- Angazhimi i audiencës për temat e shtjelluara nga Preportri;
- Numri i portaleve që trajton (ose ritransmeton) temat të cilat i shtjellon platforma Preportri.

Objektivat specifike

Strategjia e Preportrit për vitet 2023-2028 ka katër objektiva specifike:

Objektiva Specifike 1

Në 6 vitet e ardhshme do të ketë rritje të përmbajtes në fushat tematike të Organizatës ÇOHU por edhe rritje të përmbajtjes në fushat e tjera që do t'i trajtojë platforma Preportr

REZULTATI 1.1 - Produktet (shkrimet, videot dhe infografikat) kanë më shumë pëlqime dhe angazhim nga audienca

↘ Aktivitetet:

1.1.1 Zbërthimi i shkrimeve të reja të gjata në produkte më të vogla – copëza shkrimesh, video të shkurtra, infografika dhe produkte të tjera vizuale.

1.1.2 Prania më e madhe dhe më aktive e Preportrit në rrjetet sociale, në Facebook dhe Instagram

↙ Treguesit:

- ✚ Numri i shkrimeve të publikuara për vit;
- ✚ Numri i nënprodukteve – që rrjedhin nga shkrimet e reja dhe shkrimet ekzistuese të Preportrit
- ✚ Numri i pëlqimeve;
- ✚ Numri i ndjekësve të ri në rrjetet sociale;

Objektiva Specifike 2

Pas 6 viteve Shkolla e Gazetarisë Hulumtuese të ketë arritur të jetë e vetëqëndrueshme

REZULTATI 2.1 - Rritje e kordinimit të Preportrit me donatorët, universitetet, kolegjet private, redaksitë dhe mediat e tjera në Kosovë

↳ Aktivitetet:

2.1.1 Strukturimi i programit të shkolles, me planprogram me dy module të qarta (programi dhe lista e ligjëruesve);

2.1.2 Përcaktimi i kriterëve për pranim dhe shumës për pagesë;

↳ Treguesit:

- ❑ Programi i strukturuar dhe lista e ligjëruesve;
- ❑ Lista e kriterëve për pranim;
- ❑ Shuma e përcaktuar për pagesë;

REZULTATI 2.2 - Rritja vjetore të interesimit të pjesëmarrësve për shkollën e gazetarisë dhe të redaksive për të pranuar praktikantë

↳ Aktivitetet:

2.2.1 Vlerësimi i gjendjes aktuale të bashkëpunimit të fakulteteve të gazetarisë dhe redaksive

2.2.1 Aktivitete promovuese për shkollën:

- paraqitje në televizion dhe radio, media të shkruara dhe fushata në rrjete sociale;
- përgatitja e broshurave me përshkrim të shkolles së gazetarisë hulumtuese për shpërndarje në universitetet publike dhe në kolegjet private;
- reklamat dhe shpallja e konkursit në mediat online;

↳ Treguesit:

- ❑ Rezultatet nga hulumtimi lidhur me nivelin e bashkëpunimit të fakulteteve të gazetarisë dhe platformës Preportr;
- ❑ Numri i paraqitjeve në media (televizion, media të shkruara dhe rrjete sociale);
- ❑ Numri i personave të arritur përmes rrjeteve sociale;
- ❑ Numri i materialeve të prodhuara promovionale;
- ❑ Numri i gazetarëve të regjistruar;

Objektiva Specifike 3

Në periudhën 2023-2028 të ketë së paku dyfishim të numrit të pëlqimeve dhe ndjekësve të Prepotrit, në uebfaqe dhe në faqet e rrjeteve sociale – Facebook dhe Instagram;

REZULTATI 3.1 *Audienca e sheh të rëndësishme punën e platformës Preportr*

↘ Aktivitetet:

3.1.1 Zhvillimi i fushatave (edhe me pagesë) në Facebook dhe Instagram për të rritur numrin e ndjekësve por edhe për të mbuluar audienca të reja;

3.1.2 Takime sistematike me audienca të synuara, varësisht nga fushat tematike ku do ta ketë fokusin Preportr në vitet në vazhdim;

↙ Treguesit:

- ✚ Plani për dyfishimin e audiencës në rrjetet sociale;
- ✚ Plani mujor i postimeve në rrjetet sociale, në Facebook dhe Instagram;
- ✚ Numri i takimeve me audiencë të synuar.

Objektiva Specifike 4

Deri në vitin 2028, të bëhet ristrukturimi organizativ i platformës Preportr

REZULTATI 4.1 *Bordi e sheh të rëndësishëm ristrukturimin organizativ të platformës Preportr*

↘ Aktivitetet:

4.1.1 Hartohet plani për ristrukturimin e platformës Preportr (proponohet ndarja e portalit si medium i pavarur)

4.1.2 Plani shqyrtohet me Bordi i Organizatës ÇOHU.

↙ Treguesit:

- ✚ Plani për ristrukturimin e platformës Preportr;
- ✚ Numri i takimeve të grupit punues për hartimin e planit për ristrukturim.

Vlerësimi

Strategjia e Preportrit për periudhën 2023-2028 është zhvilluar përmes një procesi të planifikimit me pjesëmarrje të stafit të Organizatës ÇOHU dhe platformës Preportr. Monitorimi dhe vlerësimi i strategjisë do të bëhet në mënyrë sistematike me qëllim të vlerësimit të rezultateve. Janë identifikuar tregues kualitativ dhe kuantitativ për matjen e progresit.

Dokumenti i strategjisë do të shqyrtohet në baza të rregullta dhe do të përshtatet sipas nevojave. Personeli i Organizatës ÇOHU do të jetë përgjegjës për implementimin e strategjisë sipas planit dhe sipas përgjegjesive të ndara.

Financimi dhe ngritja e fondeve

Platforma Preportr do të shfrytëzojë procesin e planifikimit strategjik për të rritur aktivitetet për ngritjen e fondeve.

Numri më i madh i donatorëve që veprojnë në Kosovë janë të orientuar në mbeshtetjen e organizatave të shoqërisë civile. Shumica e këtyre donatorëve fokusohen në objektivat specifike të vendit të cilat ndërlidhen me qëllimet e qeverisë për t'u rreshtuar me politikat e BE-së dhe procesit të integritetit në BE.

Disa nga donatorët e mundshëm për financimin e aktiviteteve të Preportrit janë: KCSF, Ambasada Norvegjeze, BE-ja, Ambasada Amerikane, Ambasada Finlandeze, NED, Internews e të tjerë.

Përveç kërkimit të fondeve për projekte individuale, Platforma Preportr gjithashtu do të kërkojë të vendosë partneritete me organizata të ndryshme joqeveritare vendore, rajonale e ndërkombëtare të cilat punojnë në fushën e mediave për të aplikuar për projekte të përbashkëta të cilat synojnë realizimin e qëllimeve të cilat ndërlidhen me fushëveprimin e Organizatës ÇOHU. Këto partneritete mund të ndërtohen me organizatat siç është: BIRN-i, Këshilli i Mediave të Shkruara, Kosovo 2.0, pastaj organizatat prestigjioze botërore të cilat punojnë në fushën e mediave siç është Thomson Foundation, UNICEF, UNESCO, etj.

