

PROGRAMI: FAKULTETI I KOMUNIKIMIT MASIV

Studime Master

Punim Masteri

**RAPORTI NDËRMJET GAZETARISË DHE MARRËDHËNIEVE
PUBLIKE NË MEDIAT E MAQEDONISË SË VERIUT - STUDIM
DELPHI**

Kandidatja:

Lulzime Ameti

Mentor:

Prof. Asoc. Dr. Hasan Saliu

Prishtinë, 2025

Prindërve të mi

Sepse çdo arritje dhe sukses në jetën time është falë jush. Ky punim është një dedikim për ju, për sakrificat, dashurinë dhe përkushtimin tuaj të pashtershëm. Të them "faleminderit" është shumë pak për gjithçka që më keni dhënë. Mirënjohëse pa fund, përjetësisht. Ju dua!

JANAR 2025 - Lulzime Ameti

Të gjitha të drejtat e rezervuara

Deklaratë

Deklaroj se ky punim masteri është realizuar në mënyrë të pavarur, pa asnjë ndikim të jashtëm apo kopjim. Ky punim është një studim Delphi, i mbështetur në intervista me ekspertë të marrëdhënieve publike, redaktorë, kryeredaktorë dhe burime të tjera mbështetëse teorike nga autorë të njohur ndërkombëtarë. Deklaroj gjithashtu se përveç mentorit tim, i cili ka ofruar mbështetje gjatë gjithë procesit, askush tjetër nuk ka pasur njohuri për punimin tim dhe ky është një punim autentik dhe i papublikuar deri më sot. Të gjitha burimet e tjera të përdorura në punim janë të cituara dhe referuara në përputhje me kërkesat akademike.

Lulzime Ameti

Datë: /2025

Falemenderime!

Falemenderimet me të mëdha i takojnë Zotit që fillimisht më dha shëndet dhe forcë të arrijë deri këtu. Pa mëshirën dhe mbështetjen hyjnore, asnjë hap përpara nuk do të kishte qenë i mundur.

T'ua dedikoj prindërve të mi, nënës Miremit dhe babit Gajurit, këtë punim është më e pakta që mund të bëj, sepse ju nuk kursyet asgjë për fëmijët tuaj, bëtë sakrifica që unë s' do kem guximin ti bëj kurrë. Andaj çdo arritje, çdo sukses i jetës time është falë jush. Me përlësinë më të madhe ju them faleminderit.

Falemenderime të shumta kam për çdo familjar, mik, kolegë që janë detyruar të dëgjojnë idetë e mija rreth temës së masterit e që për hirë të së vërtetës kanë qenë rrëfime të gjata.

Më shumë kërkimfalje se sa falemenderim për vajzat e mija, Linën dhe Sarën, që ua kam vështirësuar përditshmërinë për të udhëtuar nga Tetova në Prishtinë të ndjek ligjeratat. Por besoni se rrugën e suksesit të dyja do ta keni shumë më të lehtë sepse unë e hapa një derë të vogël për ju. Shpresoj të jemë modeli i gruas që ju do ndiqni në rrugëtimin tuaj jetësor.

Falemenderim i veçantë për mentorin, profesor Hasan Saliun, që më ka mbështetur dhe ndihmuar që në konceptimin e temës, gjetjen e literaturës adekuate deri në finalizimin e saj.

Gjithashtu falemenderim për të gjithë profesorët e drejtimit Komunikim Masiv dhe Gazetari në Kolegjin AAB, që më motivuan dhe kontribuan te arrij këtu ku jam sot.

Dhe krejt në fund por jo nga rëndësia, falemenderoj përzemërsit bashkëshortin tim Kujtimi i cili është shtysa ime më e madhe për arritjet në sferën akademike dhe karrierë. Je dora që më mban sa herë që unë dua të dorëzohem, je personi që beson në mua edhe atëherë kur unë humb vullnetin për të vazhduar tutje. Faleminderit për durimin, mbështetjen e pakushtëzuar dhe inkurajimin që më jep pa hezitim.

Abstrakt

Ky punim trajton marrëdhënien komplekse ndërmjet gazetarisë dhe marrëdhënieve publike, duke analizuar ndikimin e ndërsjellë që këto dy fusha kanë në njëra-tjetrën. Në një mjedis ku informacioni është bërë thelbësor për funksionimin e shoqërive moderne, marrëdhëniet publike luajnë një rol të rëndësishëm në menaxhimin e komunikimit strategjik të organizatave, ndërsa gazetaria mbetet shtyllë e informimit publik dhe mbrojtjes së transparencës.

Punimi fokusohet në mënyrën sesi marrëdhëniet publike ndikojnë përmbajtjen gazetareske dhe në implikimet që kjo ndërveprimtari ka për cilësinë, objektivitetin dhe pavarësinë e medias. Duke shqyrtuar teoritë përkatëse dhe studimet më të fundit në këtë fushë, analizohen faktorët që e kanë bërë gazetarinë gjithnjë e më të varur nga informacionet e ofruara nga profesionistët e marrëdhënieve publike. Nëpërmjet një qasjeje teorike dhe analitike, ky studim synon të nxjerrë në pah tensionet dhe sinergjitë ndërmjet këtyre dy profesioneve, duke ofruar një kuptim më të thellë të rolit të tyre në një shoqëri të mbingarkuar me informacion. Përfundimisht, punimi propozon rekomandime për të forcuar etikën dhe profesionalizmin në të dy fushat, duke ruajtur integritetin e gazetarisë dhe ndërtuar praktika më transparente dhe të besueshme në marrëdhëniet publike.

Fjalë kyçe: Gazetari, marrëdhënie publike, media, komunikim strategjik, subvencionim i informacionit, përcaktimi i agjendës

Tabela e përmbajtjes

Deklaratë	2
Falemenderime!	3
Abstrakt	4
Abstract	5
Tabela e përmbajtjes.....	6
Hyrje	8
Qëllimi	10
Objektivat	10
Pyetjet që shtrohen.....	10
Rëndësia e temës	10
Metodologjia	11
Kapitulli I	14
1.Çfarë janë marrëdhëniet publike, nocione dhe përkufizime	14
Kapitulli II.....	18
2.Çfarë është gazetari, nocione dhe përkufizime	18
2.1 Subvencionimi i lajmeve dhe përcaktimi i agjendës së medias	22
Kapitulli III	24
Raporti ndërmjet gazetarisë dhe marrëdhënieve publike	24
Kapitulli IV	30
4. Prezentimi i përmbledhur i rezultateve.....	30
4.1Ndikimi i ekspertëve të marrëdhënieve publike te gazetarët.....	30
4.2 Gazetarët duhet tu përmbahen rregullave	32
4.3 Gazetari në rolin e “mikut të ngushtë” të ekspertëve të marrëdhënieve publike	33
4.4 Mbrojta e gazetarëve nga agjendat e jashtme	35

Kapitulli V	37
5. Analiza e raportit të marrëdhënieve me publikun në gazetari.....	37
5.1 A mundohen ekspertët e marrëdhënieve publike ti shndërrojnë gazetarët në agjentë të ndërmarrjeve të tyre?	39
5.2 Mbrojtja e mediave nga agjendat e marrëdhënieve publike	43
Kapitulli VI	48
Përfundimi	48
6.1 Rekomandime.....	50
Bibliografia.....	52
Aneks	56

Hyrje

Raporti mes marrëdhënieve publike dhe gazetarisë në Maqedoninë e Veriut është kompleks dhe i ndërthurur ngushtë dhe është ndërtuar mbi një nevojë të ndërsjellë ku marrëdhëniet publike kërkojnë mbulim pozitiv dhe përhapje të mesazhit të caktuar, ndërsa gazetarët kërkojnë informacione të reja dhe të besueshme. Në përgjithësi marrëdhëniet publike dhe gazetaria kanë raport të ngushtë mes tyre që mund të përshkruhet si një kombinim i bashkëpunimit dhe tensionit ku të dyja palët kërkojnë të ndikojnë dhe të përfitojnë nga njëra-tjetra.

Studiuesit argumentojnë se emëruesi i përbashkët i funksioneve të gazetarisë dhe marrëdhënieve publike është informacioni. Përderisa profesionistët e marrëdhënieve publike luajnë rolin e publicitetit duke ofruar informacion për mediat, gazetarët shpesh mbështeten te këta profesionistë për të siguruar materiale për raportimet e tyre (Mohammed, 2021). Këto dy fusha, megjithëse ndjekin objektiva të ndryshme, janë të ndërlidhura në mënyrë të thellë dhe shpesh krijojnë një marrëdhënie të ngushtë dhe komplekse (Weder et al., 2023). Një studim me stil etnografik nga (Sissons, 2012) zbulon se materialet e marrëdhënieve publike publikohen gjithnjë e më shumë nga mediat pothuajse ose krejtësisht të pandryshuara, duke theksuar kështu varësinë në rritje të gazetarisë nga burimet e marrëdhënieve publike. Kjo prirje reflekton edhe perceptimin e studiuesit Grossenbacher i cili në vitin 1986 e përshkruan marrëdhënien mes këtyre dy profesioneve si një ndërveprim midis "sistemeve të ndërvarura" dhe në të njëjtën frymë, studiuesit që kanë pasuar Grossenbacher, theksojnë ekzistencën e një "zhvillimi bashkë-evolucionar" midis gazetarisë dhe marrëdhënieve publike, një proces që ende nuk është hulumtuar në mënyrë sistematike (Philomen & Meißner, 2016). Ky bashkë - evolucion nuk është thjesht një rrjedhë e natyrshme e bashkëpunimit të përditshëm, por një transformim i thellë që ka ndikuar në mënyrën se si informacioni krijohet, menaxhohet dhe shpërndahet në mjedisin mediatik modern.

Studiuesi Oscar H. Gandy duke përdorur një metaforë për të përshkruar marrëdhëniet midis marrëdhënieve publike dhe medias, e karakterizon këtë lidhje si një formë "subvencionimi të informacionit" (Taylor, 2008). Kjo metaforë pasqyron mënyrën se si profesionistët e medias dhe marrëdhënieve publike bashkëpunojnë për të krijuar përmbajtje lajmesh dhe informacionesh.

Duke qenë se mediat kanë nevojë të vazhdueshme për burime të reja informacioni, ndërsa marrëdhëniet publike kanë për qëllim të informojnë publikun, ky bashkëpunim është i dobishëm për të dyja palët. Ekspertët e marrëdhënieve publike shpesh ofrojnë informacione të gatshme për mediat, duke synuar të ndikojnë në përfshirjen e këtyre materialeve në përmbajtjen e lajmeve. Për

më tepër, ata përpiqen të ndikojnë në përcaktimin e agjendës mediatike, duke sugjeruar çështjet që duhet të trajtohen dhe komunikohen tek publiku. Subvencionimi i informacionit është veçanërisht i dukshëm në rajonet ku media dhe marrëdhëniet publike janë ende në fazat e hershme të zhvillimit të tyre profesional (Taylor, 2008). Në librin e tij rreth përcaktimit të agjendës dhe subvencionimit të informacionit (1982), Gandy ofron një analizë kritike për të kuptuar sesi media ka ardhur të mbështetet në komunikimin e marrëdhënieve publike për mbulimin e lajmeve. Ky bashkëvarësi midis dy fushave hedh dritë mbi ndikimin e marrëdhënieve publike në formësimin e diskurseve publike dhe agjendës së mediave, duke krijuar një marrëdhënie të ndërlikuar dhe shpesh të paqartë mes tyre.

Ky punim synon të analizojë aspektin teorik të marrëdhënieve midis marrëdhënieve publike dhe gazetarisë, duke vënë në pah ngjashmëritë dhe dallimet mes tyre, përkufizimet dhe konceptet kryesore të këtyre dy profesioneve, ashtu siç janë trajtuar nga studiues të ndryshëm. Gjithashtu, do të shqyrtohen intervistat me ekspertë të marrëdhënieve publike në Maqedoninë e Veriut, për të kuptuar përpjekjet e tyre për të qenë të pranishëm në media, metodat që zgjedhin për t'iu afruar publikut dhe efektivitetin e këtyre qasjeve.

Po ashtu, do të analizohen intervista me kryeredaktorë dhe redaktorë të mediave në Maqedoninë e Veriut, për të hetuar strategjitë e tyre në mbrojtjen nga subvencionimi i informacioneve, natyrën e bashkëpunimit të tyre me ekspertët e marrëdhënieve publike dhe sfidën e ruajtjes së parimeve të gazetarisë si një profesion që ka për mision informimin e drejtë, të saktë dhe të paanshëm të publikut.

Në përfundim, punimi do t'i japë përgjigje pyetjes kërkimore kryesore: A janë gazetarët dhe punonjësit mediatik në të vërtetë agjentë të agjencive të marrëdhënieve publike, apo ata vazhdojnë të veprojnë si mbrojtës të pavarur të interesit publik?

Qëllimi

Qëllimi i temës së magistraturës me titullin "Raporti ndërmjet Gazetarisë dhe Marrëdhënieve Publike në mediat e Maqedonisë së Veriut - Studim Delphi" është të analizojë marrëdhënien ndërmjet gazetarëve dhe profesionistëve të marrëdhënieve publike në mediat e Maqedonisë së Veriut duke u fokusuar në shkëmbimin e informacionit dhe ndikimin e ndërsjellë të identifikojë praktikatat profesionale standardet etike dhe rolet e secilës palë në krijimin e përmbajtjes mediatike. Të shqyrtojë se si marrëdhëniet publike ndikojnë në përmbajtjen e lajmeve dhe në përcaktimin e agjendës mediatike duke përdorur metodën e studimit Delphy për të mbledhur dhe analizuar opinionet e ekspertëve nga fushat e gazetarisë dhe marrëdhënieve publike mbi këtë marrëdhënie si dhe të japë rekomandime për përmirësimin e bashkëpunimit ndërmjet gazetarëve dhe profesionistëve të marrëdhënieve publike duke ruajtur pavarësinë e mediave dhe transparencën e komunikimit.

Objektivat

Objektiv kryesor i këtij punimi është që të analizojë modelin që ekspertët e marrëdhënieve publike e imponojnë në gazetarinë e Maqedonisë së Veriut.

- Të identifikojë mënyrat se si ekspertët e marrëdhënieve publike u imponohen gazetarëve dhe mediave për të qenë pjesë e vazhdueshme e tyre.
- Të analizojë qasjen e punonjësve mediatik ndaj lajmeve të “subvencionuara”.
- Të analizojë nëse gazetarët apo punonjësit mediatik janë agjentë të fshehur të agjencive të marrëdhënieve publike.
- Të analizojë etikën dhe profesionalizmin e mediave dhe marrëdhënieve me publikun në Maqedoninë e Veriut.

Pyetjet që shtrohen

1. Në çfarë forme ekspertët e marrëdhënieve publike u imponohen mediave dhe gazetarëve?
2. Si po shndërrohen gazetarët në agjentë të ndërmarrjeve të marrëdhënieve publike?
3. Në çfarë forme mbrohen mediumet nga imponimi i agjendave të marrëdhënieve publike- media?

Rëndësia e temës

Tema që kam zgjedhur të studioj ka një rëndësi të veçantë marrë parasyshë tranzicionin nëpër të cilin po kalon media sot në Maqedoninë e Veriut dhe me këtë ekspertët e marrëdhënieve publike e kanë shumë më të lehtë “subvencionimin” e informacioneve të ndryshme si dhe të ndikojë në përcaktimin e agjendës mediatike, ky raport i ngushtë mes marrëdhënieve publike dhe medias me zhvillimin e hovshëm të teknologjisë i ka lënë shumë më shumë terren të lirë funksionimi marrëdhënieve publike për t’i ofruar publikut atë që ekspertët e marrëdhënieve publike zgjedhin t’ua servojë. Ky studim Delphy do t’i sjell përvojat e ekspertëve të marrëdhënieve publike dhe gazetarëve rreth pikave që i bashkon dhe ndanë këto dy profesione.

Metodologjia

Në këtë punim, fillimisht janë shpjeguar konceptet themelore të marrëdhënieve publike dhe gazetarisë, duke vënë në dukje ngjashmëritë dhe dallimet midis tyre. Punimi do të ndjekë metodën Delphi, e cila përfshin përdorimin e intervistave gjysmë të strukturuar, një metodë cilësore e kërkimit që synon mbledhjen e informacioneve të hollësishme mbi përvojat, perceptimet dhe qëndrimet e të intervistuarve.

Teknika Delphi karakterizohet nga katër tipare kryesore: anonimiteti midis pjesëmarrësve, përsëritja me reagime të kontrolluara të opinionit të grupit, grumbullimi statistik i përgjigjeve të grupit dhe kontributi i ekspertëve (Trevelyan & Robinson, 2015). Kjo metodë është e dizajnuar për të strukturuar procesin e komunikimit në grup, duke lehtësuar zgjidhjen e problemeve dhe ndërtimin e modeleve të qarta. Përveç kësaj, metoda Delphi mund të përdoret si një mjet gjykimi, ndihmë për vendimmarrje ose parashikim, dhe është e përshtatshme për planifikimin dhe administrimin e programeve. Ajo është veçanërisht e dobishme kur ka mungesë të njohurive të plota mbi një problem ose fenomen (Skulmoski et al., 2007). Studiuesit Kenta & Saffer (2014) theksojnë se metoda Delphi mund të aplikohet si në mënyrë cilësore ashtu edhe sasiore, dhe funksionon shkëlqyeshëm për të kombinuar të dy llojet e mbledhjes së të dhënave në faza të njëpasnjëshme të kërkimit.

Gjatë intervistave, janë përdorur pyetje të hapura për të dhënë mundësinë pjesëmarrësve të shprehen lirshëm dhe të ndajnë përvojat e tyre në detaje sa më të plota. Disa nga pyetjet kryesore që u janë bërë ekspertëve të marrëdhënieve publike dhe punonjësve të mediave kanë qenë:

1. Në çfarë forme ekspertët e marrëdhënieve publike u imponohen mediave dhe gazetarëve?

2.A mundohen ekspertët e marrëdhënieve publike gazetarët t'i shëndërojnë në agjentë të ndërmarrjeve të tyre?

3. Në çfarë forme mbrohen mediumet nga imponimi i agjendave të marrëdhënieve publike- media? Këto pyetje kërkimore kanë ndihmuar në hulumtim për disa arsye thelbësore. Pyetjet e përcaktuara ndihmojnë në përcaktimin e qartë të temës së hulumtimit, duke e orientuar studimin drejt ndikimit të marrëdhënieve me publikun mbi mediat dhe gazetarët. Kanë shërbyer si udhëzues për të mbledhur të dhëna specifike për mënyrat se si marrëdhëniet publike ndikojnë në punën e gazetarëve dhe strategjitë e mbrojtjes nga ky ndikim. Gjithashtu pyetjet kanë ndihmuar në strukturimin e kapitujve dhe seksioneve të analizës, duke i ndarë qartë aspektet e ndikimit, rolin e gazetarëve dhe mekanizmat mbrojtës të mediave. Kanë kontribuar në evidentimin e problematikave si ndërhyrjet e marrëdhënieve publike në pavarësinë e mediave, presioni mbi gazetarët dhe manipulimi i informacionit. Pyetjet kanë lehtësuar lidhjen e konceptit të marrëdhënieve me publikun me teoritë e komunikimit dhe etikës së gazetarisë, duke thelluar kuadrin teorik të hulumtimit. Pra, këto pyetje kanë shërbyer si bazë metodologjike për të udhëhequr të gjitha fazat e hulumtimit – nga mbledhja e të dhënave deri te analizimi dhe interpretimi i gjetjeve.

Në kuadër të këtij hulumtimi janë intervistuar pesë ekspertë të marrëdhënieve me publikun me përvojë shumëvjeçare në organizatat ku ata veprojnë. Disa prej tyre ushtrojnë funksionin e ekspertit të marrëdhënieve me publikun në parti politike në Maqedoninë e Veriut. Ndër të intervistuarit përfshihet edhe një udhëheqës i zyrës për marrëdhënie me publikun në një komunë me shumicë shqiptare. Po ashtu, është intervistuar një ekspert me përvojë të gjatë në marrëdhënie me publikun në një parti politike maqedonase, i cili aktualisht punon në një agjenci për marrëdhënie publike. Një tjetër ekspert ka përvojë në disa institucione ndërkombëtare me seli në Maqedoninë e Veriut dhe aktualisht është i angazhuar në zyrën për marrëdhënie me publikun në Europe House Tetovë, një projekt i financuar nga Bashkimi Evropian.

Gjithashtu, janë intervistuar pesë profesionistë të mediave me përvojë të gjatë në gazetari dhe role të tjera drejtuese brenda sektorit mediatik. Ndër të intervistuarit përfshihet një ish-redaktor dhe aktualisht drejtor në Këshillin për Etikë të Mediave në Maqedoninë e Veriut, një zëvendëskryeredaktor në një portal të njohur dhe të besueshëm në RMV, dy redaktorë të mediave nacionale dhe një gazetar që punon njëkohësisht në një televizion lokal dhe në të vetmen gazetë në gjuhën shqipe në vend.

Të gjithë të intervistuarit, të përzgjedhur me kujdes për këtë hulumtim, përfaqësojnë dy etnitetet kryesore, shqiptarë dhe maqedonas, dhe kanë mbi dhjetë vjet përvojë profesionale në fushat përkatëse.

Intervistat për këtë hulumtim janë kryer nëpërmjet emailit dhe më pas të intervistuarit janë koduar si eksperti 1, eksperti 2, eksperti 3, eksperti 4, eksperti 5, zëvendëskryeredaktori, drejtori në këshillin për etikë të mediave, redaktori 1, redaktori 2, gazetari 1.

Transkriptet e intervistave janë analizuar duke mundësuar identifikimin e temave që adresojnë pyetjet kërkimore, siç janë:

- Ndikimi i ekspertëve të marrëdhënieve publike te gazetarët
- Gazetarët duhet tu përmbahen rregullave
- Gazetari në rolin e “mikut të ngushtë” të ekspertëve të marrëdhënieve publike
- Mbrojta e gazetarëve nga agjendat e jashtme

Transkriptet e intervistave u shqyrtuan përmes analizës krahasuese të vazhdueshme, një metodë e përshtatshme për të nxjerrë tema që i përgjigjen pyetjeve kërkimore, ndërsa është e përshtatshme si për kodimin etik, të drejtuar nga teoria dhe literatura, ashtu edhe për kodimin emik, i drejtuar nga tema që dalin nga analiza e të dhënave dhe mund të përfshijnë korniza konceptuale dhe teorike duke përfshirë potencialisht edhe korniza konceptuale dhe teorike (Saliu, et al. 2024).

Bibliografia

- Allern, S. (2002). Journalistic and commercial news values: News organisations as patrons of an institution and market actors. *Nordicom Review*, 137-152. Retrieved from http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/42_137-152.pdf
- Belair, V. G., & Holton, A. E. (2018). Boundary Work, Interloper Media, And Analytics In Newsrooms. An analysis of the roles of web analytics companies in news production. *Digital Journalism*, 492–508.
- Bernays, E. L. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. Liveright Publishing Corporation New York.
- Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. Nju Jork: Horace Liveright.
- Brnoy, A. (2022). An Island of Reliability in a Sea of Misinformation? Understanding PR-Journalists Relations in Times of Epistemic Crisis. *Journal of Public Relations* .
- Brnoy, A. (2022). An Island of Reliability in a Sea of Misinformation? Understanding PR-Journalists Relations in Times of Epistemic Crisis. *Journal of Public Relations*.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public - Eleventh Edition*. Pearson.
- Bruns, A., & Burgess, J. (2012). Local and global responses to disaster: #eqnz and the Christchurch earthquake. *Sugg P (ed), Disaster and Emergency Management Conference Proceedings*, 86–103.
- Cornelissen, J. M. (2011). *Corporate Communications: A Guide to Theory and Practice*. Sage.
- Curran, J. (2010). Future of journalism. *Journalism Studies*.
- Curtin, P. A. (1999). Reevaluating public relations information subsidies: Market-driven journalism and agenda-building theory and practice. *Journal of Public Relations Research*.
- Davies , N. (2009). *Flat earth news*. London: Random House.
- Deralla, X. M. (2011). *Civil*. Retrieved 01 2025, from www.civil.org.mk: <https://civil.org.mk/wp-content/uploads/2013/05/Journalist-Manual-inside-AL-4web.pdf>
- Donsbach, W. (2004). *Psychology of News Decisions: Factors behind Journalists' Professional Behavior*. Sage Journals.
- Donsbach, W. (2014). Journalism as the new knowledge profession and consequences for journalism education. *Journalism*.
- Duffy, M., & Thorson, E. (2015). *All communication is persuasive: Exploding the myth of objectivity In Persuasion ethics today* . Routledge.
- Europe, C. o. (2022). *Udhëzime për ruajtjen e privatësisë në media*. Council of Europe.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Bloomsbury Academic.

- Godler, Y., Reich, Z., & Miller, B. (2020). Social epistemology as a new paradigm for journalism and media studies. *New*.
- Hammarberg, T. (2011). ETHICAL JOURNALISM AND HUMAN RIGHTS. *CommDH/IssuePaper(2011)1*.
<https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-obit.html>. (1995).
www.nytimes.com. Retrieved Janar 6, 2025, from
<https://www.nytimes.com/1995/03/10/obituaries/edward-bernays-father-public-relations-leader-opinion-making-dies-103.html>:
<https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/books/98/08/16/specials/bernays-obit.html>
- <https://znm.org.mk/sq/kodi-etik-i-gazetareve/>. (n.d.). *znm.org.mk*. Retrieved Janar 6, 2025, from
<https://znm.org.mk/>: <https://znm.org.mk/sq/kodi-etik-i-gazetareve/>
- Jangdal, L., Nilsson, A. C., & Stúr, E. (2019). Hyperlocal Journalism and PR: Diversity in Roles and Interactions. *Observatorio (OBS*) Journal*.
- Jones, A. S. (2011). *Losing the news: The future of the news that feeds democracy*. Oxford University Press.
- Karameti, A. (2022). *AGENDA-SETTING, TEORI E KOMUNIKIMIT POLITIK E ZBATUAR NË STUDIMET MBI MEDIAN, E PËRDITËSUAR*. Retrieved 01 07, 2025, from <https://centrum.mk/>:
https://centrum.mk/wp-content/uploads/2022/12/PJESA-2-1.pdf?utm_source=chatgpt.com&fbclid=IwY2xjawHqeOpleHRuA2FibQIxMAABHYK8USs9ohkilbXhzK0zRml9FstfhsWwr4EK1EwlpopfpKWdfyrduU7fxBA_aem_S6HCFysphoe-o4zeWbYzUA
- Kelleher, T. (2021). *Public Relations- Second Edition*. Oxford University Press.
- Kenta, M. L., & Saffer, A. J. (2014). A Delphi study of the future of new technology research in public relations. *Public Relations Review*.
- Macnamara, J. (2012). Journalism and public relations: Unpacking myths and stereotypes. *Australian Journalism Review*,.
- Macnamara, J. (2015). The Continuing Convergence of Journalism and PR: New Insights for Ethical Practice From a Three-Country Study of Senior Practitioners. *Sage*.
- Marconi, J. (2021). *Marrëdhëniet Publike*. Tiranë: UET Press.
- Mohammed, J. (2021). "PR-Driven Journalism Model: The Case of Ethiopia." *African Journalism Studies*.
- OSCE. (2008). *Udhëzues për vetërregullimin e mediave*. Vienë: OSCE (Organizata për Sigurim dhe Bashkëpunim në Evropë). Retrieved from
<https://www.osce.org/files/f/documents/c/e/31500.pdf>
- Perreault, M. F., Walsh, J. F., Lincoln, L., Perreault, G., & Moon, R. (2023). "Everything Else is Public Relations" How Rural Journalists Draw the Boundary Between Journalism and Public Relations in Rural Communities. *Mass Communication and Society*.
- Philomen, S., & Meißner, M. (2016). The co-evolution of public relations and journalism: A first contribution to its systematic review. *Public Relations Review*.

- Posetti, J., Ireton, C., Wardle, C., Derakhshan, H., Alice Matth, A., Abu-Fadil, M., . . . Mantzarlis, A. (2020). GAZETARIA, 'LAJMET E RREME' & DEZINFORMIMI, Manual për Trajnimin dhe Formimin e Gazetarëve. ISHM.
- Reber, B. H., & Berger, B. K. (2006). Finding influence: Examining the role of influence in public relations practice. *Journal of Communication Management*.
- Reich, Z. (2010). Measuring the impact of PR on published news in increasingly fragmented news environments. A multifaceted approach. *Journalism Studies*.
- Saliu, H. (2024). Navigating media literacy in the AI era: Analyzing gaps in two classic media literacy books. *Journal of Applied Learning & Teaching*, 7(2), 98-109. <https://doi.org/10.37074/jalt.2024.7.2.25>
- Saliu, H.; Çipuri, R. & Izmaku, X. (2024). Gutenberg's death in the Balkans: news values in Kosovo and Albania. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 2303197. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2303197>
- Saliu, H. (2023). Narratives of Public Diplomacy in the post-Truth Era: The decline of Soft Power. *Communication & Society*, 36(2), 209-224. <https://doi.org/10.15581/003.36.2.209-224>
- Saliu, H. & Abrashi, H. (2023). The Return of Media Diplomacy: Examples from Kosovo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 27(1), (74-89). <https://doi.org/10.22146/jsp.73710>
- Saliu, H., Reçi, A. & Abrashi, G. (2023). Revisiting Hallin and Mancini's media model: Albania and Kosovo. *Balkan Social Science Review*, 21. 235-255. <https://doi.org/10.46763/BSSR2321235s>
- Saliu, H. (2022). Rethinking Media Diplomacy and Public Diplomacy Towards a New Concept: Digital Media Diplomacy. *Online Journal Modelling the New Europe*, 39, 1-24. DOI: [10.24193/OJMNE.2022.39.01](https://doi.org/10.24193/OJMNE.2022.39.01)
- Saliu, H. (2022). Public Diplomacy or Public Glocalization? Rethinking Public Diplomacy in the post-Truth Era. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 1, 157-175. DOI: [10.30547/vestnik.journ.1.2022.157175](https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2022.157175)
- Saliu, H. (2021). The specifics and complexity of EU public diplomacy. *Druzboslovne Razprave*, XXXVII(96–97), 189–207. <https://www.sociolosko-drustvo.si/wp-content/uploads/2021/09/DR96-97-Saliu-WEB.pdf>
- Saliu, H. (2020). Public Diplomacy and Related Concepts from the Perspective of Lasswell's Communication Formula. *Jahr – European Journal of Bioethics*, 11(2), 357-376. <https://doi.org/10.21860/j.11.2.2>
- Saliu, H. (2018). Multiple Target Audiences, Critical Analysis of Pristina-Belgrade Dialogue. *Online Journal Modelling the New Europe*, 26, 108-123. Doi:[10.24193/OJMNE.2018.26.08](https://doi.org/10.24193/OJMNE.2018.26.08)
- Sallot, L. M., & Johnson, E. A. (2006). Investigating relationships between journalists and public relations practitioners: working together to set, frame and build the public agenda, 1991–2004. *Public Relations Review*, 151–159.
- Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations Thirteenth edition*. Pearson.

- Siapera, E. (2012). Understanding new media. *SAGE*.
- Sissons, H. (2012). Journalism and public relations: A tale of two discourses. *Sage*.
- Skulmoski, G. J., Hartman, F. T., & Krahn, J. (2007). The Delphi Method for Graduate Research. *Journal of Information Technology Education, Volume 6*.
- Star, s. L. (2010). This is not a boundary object: Reflections on the origin of a concept. *Science, Technology & Human Values*.
- Taylor, M. (2004). Exploring public relations in Croatia through relational communication and media richness theories. *Public Relations Review*.
- Taylor, M. (2008). 2008. Protocol journalism as a framework for understanding public relations–media relationships in Kosovo. *Public Relations Review*.
- Taylor, M. (2008). Protocol journalism as a framework for und relations–media relationships in Kosovo. *Public Relations Review*.
- Tench, R., & Yeomans, L. (2009). *Exploring Public Relations*. Pearson Education.
- Trevelyan, E. G., & Robinson, N. (2015). Delphi methodology in health research: how to do it? . *European Journal of Integrative Medicine*.
- Tuneva, M., & Koka, F. (2016). Raportimi etik i medieve në Evropë dhe Maqedoni. *Shoqata e Gazetarëve të Maqedonisë; Fondacioni Konrad Adenauer* , 9-34.
- Vos, T. P., Thomas, R. J., & Tandoc, E. C. (2023). Constructing the Legitimacy of Journalists’ Marketing Role. *Journalism Studies*, 3-10.
- Weder, F., Weaver, K. C., & Rademacher, L. (2023). Curating conversations in times of transformation: Convergence in how public relations and journalism are “Doing” communication. *SAGE*, 4.
- White, J., & Hobsbawm, J. (2007). Public relations and journalism. *Journalism Practice*, 283-92.
doi:doi:10.1080/17512780701275606