

Propaganda serbe në raportin e Dick Marty-t

*Hasan Saliu**

Përmbledhje

Ky punim trajton propagandën e përdorur nga shtetet si pjesë e politikës së saj për të arritur efekte në politikën e jashtme. Propaganda e brendshme preket vetëm kalimthi në pjesën e shpjegimit të nocionit të propagandës, për shkak se objekti i trajtimit kërkon të përqendrohet në propagandën serbe kundrejt shqiptarëve, pra në propagandën që i adresohet jo vetëm opinionit të brendshëm, por në radhë të parë atij të jashtëm. Në këtë kontekst, bëhet një zhvendosje edhe në kohë, duke u kthyer në propagandën serbe që në kohën e përpjekjeve shqiptare për krijimin e komb-shtetit. Punimi ka për qëllim vetëm të marrë shembujt më ekstremë nga e kaluara dhe e tashmja, e jo të ndalet në vazhdimësinë e kësaj propagande, me qëllim të ndërlidhjes edhe me fushatën e fundit propagandistike për demonizimin e shqiptarëve.

Fjalë kyç: propaganda, komunikimi politik, mediet, efekti politik, demonizimi i armikut, Dick Marty, qeveria e Serbisë

Hyrje

Muajve të fundit opinionimi është përballur me raporte të ndryshme nga media dhe përfaqësues të huaj në organizata ndërkombëtare. Këto raporte nisen nga qëllimi i ndriçimit të një të vërtete, si një hipotezë e cila më pas kërkon matje, kërkon konfirmim. Por, në mungesë provash a konfirmimi, hipoteza të tilla mbeten pjesë e propagandës, e cila është segment i rëndësishëm i komunikimit politik të brendshëm dhe ndërkombëtar.

Propaganda, siç do të shtjellohet në vijim, ka për qëllim të nxjerrë efekte, e jo të merret me të vërtetën.

Ndërsa, në kohën e mjeteve dhe teknikave të tanishme të komunikimit të cilat kanë shkurtuar distancat kohore dhe fizike,

* Msc. Hasan Saliu (Phd candidate), Fakulteti i Komunikimit Masiv, BPrAL AAB, h_saliu@hotmail.com

gjithnjë e më shumë lind interesi i ndikimit mediatic në botë. Kjo njëherësh shpjegon jo vetëm sensibilizimin e opinionit, por edhe rritjen e interesit të burimit të propagandës për efekte sa më të mëdha, si ndaj opinionit, ashtu edhe ndaj qarqeve politike.

Ç'është propaganda?

Propaganda është bërë pjesë e politikës që para shumë kohësh, ndërsa studimi i saj ka nisur relativisht vonë. Ndonëse e përdorur në mënyra të ndryshme që në kohët antike, propaganda merr formë në mesjetë. Fillimisht fjala *propagandë* vjen nga një zyrë e kishës katolike që merret me përhapjen e fesë (*de propaganda fide*). Në vitin 1622 me pullën e Papës Gregori XV “De Propaganda fide” formohet një koleg misionarësh për propagandimin e fesë në botë nëpërmjet botimesh në gjuhë të ndryshme dhe këtu kjo fjalë përdoret për herë të parë.¹ Në fund të shekullit XVII fjala propagandë gjen një përhapje të gjerë me forcimin e misioneve kishtarë për përhapjen e fesë dhe merr kuptimin e përhapjes së një mesazhi, një aksioni intensiv për të arritur favore dhe afrimin e një numri sa më të madh njerëzish për të ndikuar mbi psikologjinë kolektive.

Në kohët moderne, në shekullin XX, propaganda bëhet një mjet i arritjes, mbajtjes apo përfitimit nga pushteti. Ky shekull karakterizohet nga tre zhvillime të rëndësishme të madhe politike; rritja e demokracisë, rritja e pushtetit ekonomik dhe rritja e propagandës për të mbrojtur pushtetin ekonomik dhe të demokracisë”.²

Rëndësia e propagandës u njoh gjatë Luftës së Parë Botërore. Lindi kështu propaganda e luftës. Ndër studiuesit më të kujdesshëm, kujtojmë Walter Lippman dhe Harold Lasswell.³ Të parit i atribuohet “Opinionio Publik” që më 1922, një publikim i cili më pas bëhet teksti kryesor i gazetarisë amerikane i kësaj fushe sociale. Lippman zhvillon

¹ Emidio Diodato, *Introduzione alla comunicazione politica internazionale*, Perugia, Guerra Edizioni, 2003, f. 122.

² Alex Carey, *Taking the Risk out of Democracy: Corporate Propaganda versus Freedom and Liberty*, University of Illinois Press, 1997, f.19.

³ Umberto Gori etj, *Comunicazione e politica internazionale*, Roma, Rubbettino Editore, 2004, f. 70-71.

një teori mbi krijimin e opinionit publik të bazuar mbi fuqinë e medias dhe dezinformatës. Më 1927 Lasswell publikon "Propaganda Technique in the World War" në të cilën vlerësohet se propaganda gjatë Luftës së Parë ka qenë mjaft efikase. Duke qenë adhures i menaxhimit shtetëror të opinionit publik nëpërmjet fuqisë së propagandës, Lasswell përqendrohet në studimin e medieeve në nivelin ndërkombëtar, me parullën e tij: komunikimi ndërkombëtar-propaganda- bindja.

Studiuesi tjetër i rëndësishëm i propagandës, Jacques Ellul (1965) shpjegon se propaganda përpiket që të rrethojë njeriun nga të gjitha rrugët e mundshme, në ndjenja dhe ide, duke luajtur me vullnetin për nevojat e tij. *Para së gjithash, propaganda bazohet në analizën shkencore psikologjike dhe sociologjike.*⁴ Ellul shpjegon se qëllimi i propagandës është të nxjerrë efekte e jo të thotë diçka. Ajo ndikon në sferën publike dhe në sferën private të njeriut, merr përsipër për të shpjeguar botën (në mënyrën e vet) dhe kërkon-ofron stimuj të menjëhershme të veprimit.

Propaganda ka hyrë në përdorim të zakonshëm në çerekun e dytë të shek. 20 për të përshkruar përpjekjet e regjimeve totalitare për t'ia nënshtruar tërësisht informacionin politikës shtetërore.

Kur në fund të viteve 1930 lufta u bë përherë e më e pashmangshme, Britania krijoi ministrinë e vet jo të Propagandës, por të Informacionit, dy fjalë të ndryshme që në këtë rast shprehnin të njëjtën gjë. Kjo ministri shfrytëzonte në shkallë të gjerë shtypin, radion, kinematografinë dhe fjalën e folur për të paraqitur në dritë sa më të mirë politikën shtetërore dhe veprimet ushtarake britanike (propaganda e bardhë) duke nxirë të njëjtën kohë atë që bënin fuqitë e boshtit (propaganda e zezë).⁵

Ndërkaq, në Amerikë Instituti për Analizën e Propagandës (1937) ishte një organizatë e përbërë nga shkencëtarë socialë, udhëheqësit e mendimit, historianë, edukatorë dhe gazetarë, e krijuar për shkak të

⁴ Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, Vintage Books Edition, Random House Inc, News York, 1973, , f. 4 , f. xvii.

⁵ Ian McLean, *Fjalor Politik*, Oxford, Tiranë: Shtëpia e Librit dhe Komunikimit, 2001, f. 469.

“ rritjes së propagandës dhe zvogëlimit të aftësisë së publikut për të zhvilluar mendime kritike”. Qëllimi i saj thuhej se ishte “që njerëzit të mësojnë si të mendojnë më mirë, sesa çfarë të mendojnë”. Ndërsa, në sistemin e propagandës naziste nuk do të ndalemi duke pasur parasysh faktin se ajo tashmë është e njohur.

Gjatë Luftës së Dytë Botërore propaganda gjithnjë e më shumë quhet *luftë psikologjike*. Duke u nisur fillimisht nga përpjekjet e fashistëve, nazistëve dhe të bolshevikëve për të siguruar legjitimitetin dhe kontrollin e shoqërisë dhe për të mposhtur bazën e gjerë të hegjemonisë kulturore të regjimeve të mëparshme, propaganda pastaj zuri t'u drejtohej popujve të shteteve të tjera, duke provokuar reagimet e demokracive industriale.

Ndërkaq, sot në demokracitë e zhvilluara, shpjegon Çomski, populli në mënyrë më efektive mund të kontrollohet nëpërmjet kontrollimit të mendimeve⁶. Mas-media, sipas tij, shërbejë si një sistem për komunikimin e mesazheve dhe simboleve ndaj popullatës së përgjithshme.

Çomski thotë se shteti do të kishte dashur që të kontrollonte mendjet tona, për qëllimet e saj në politikën që zbaton. “Por, në shoqëritë demokratike nuk mund të veprohet në atë mënyrë sepse shteti nuk mund të kontrollojë sjelljen tonë duke përdorur forcën. Mundet deri në njëfarë kufiri, por mundësitë e kontrollit të dhunshëm janë të kufizuara. Prandaj mëton të kontrollojë mendimet tona”.⁷ Po të shfrytëzojmë fjalët e filozofit të njohur Habermas, në shoqëritë tona mediatike opinioni publik u shërben atyre të cilët kërkojnë të jenë të rëndësishëm, si hapësirë të prezantimit të vetvetes. Ekspozimi, fama dhe prezantimi i vetvetes janë qëllim i shfaqjes në publik.⁸ Në kohët moderne shfrytëzimi i mediave ka arritur kulmin e efektivitetit të propagandës dhe thujse ajo është bërë pjesë e politikës së brendshme dhe të jashtme dhe pjesë e marrëdhënieve ndërkombëtare. Pra, një propagandë që i drejtohet opinionit të

⁶ Noam Chomsky, *Propaganda i javno mishljenje*, Zagreb, V.B.Z., 2002, f. 5

⁷ Po aty, f. 40.

⁸ Jyrgen Habermas, *Midis natyralizimit dhe dhe religjionit*, Shkup, Asdreni, 2008, f 15.

brendshëm për ruajtjen apo fitimin e pushtetit dhe, një propagandë që ka në fokus të saj opinionin e jashtëm dhe qarqe diplomatike për interesat e përgjithshme shtetërore.

Propaganda në vetvete nuk ka asnjë peshë nëse ajo nuk shpërndalet, aq më shumë kur bëhet pjesë e politikës së jashtme. Kur ajo shpërndalet merr formën e saj dhe krijon efekte. Kuptohet që shpërndarjen më të madhe e bën media dhe në një farë mënyre media bëhet transmetuese kryesore e propagandës. Pra, media përhap propagandën, pavarësisht se kush e krijon atë. Media mund të jetë përhapëse e propagandës së vetë-krijuar, kur këtë propagandë e harton, formulon dhe përhap vetë ajo. Në rastin tjetër, kur media përhap thjesht vetëm propagandën e krijuar nga dikush tjetër, ajo bëhet vetëm ndërmjetësuese. Me këtë kuptohet se formuluesi i propagandës është shteti, qeveria, grupet e fuqishme të interesit, të cilat shfrytëzojnë median vetëm si ndërmjetësuese për të ndikuar ndaj opinionit të brendshëm, atij të huaj dhe shteteve të huaja.

Në vitin 1953 në faqet e revistës "Public Opinion Quarterly" të universitetit Princeton, Lowenthal lajmëron lindjen e një disipline të re, komunikimi politik ndërkombëtar. Zhvillimi i këtij sektori të ri, sipas njërit nga themeluesit e kësaj reviste, Lazarsfeld, konsiston në një instrument të rëndësishëm për të drejtuar "luftën psikologjike" të ndërmarrë ndërmjet SHBA-ve dhe Bashkimit Sovjetik pak pas Luftës së Dytë Botërore në të cilën *arma është propaganda, fushëbeteja është kanali i komunikimit ndërkombëtar, ndërsa çmimi është përvojësimit dhe besimi i mendjes së grave dhe burrave në të gjithë botën.*⁹

Demonizimi i armikut

Ashtu si edhe në politikën e brendshme, edhe në politikën e jashtme komunikimi politik ka dy elementë kryesorë përmbajtësorë: lavdërimin dhe sharjen. Lavdërimin për veten dhe sharjen për kundërshtarin politik apo armikun në politikën e jashtme. Pra, sharja

⁹ Patrizia Laurano, *Fondamenti di comunicazione politica internazionale*, Roma, Bonanno Editore, 2006, p. 11.

për armikun shkon deri në shpalljen e tij dhe veprimeve të tij si punë djalli. Në marrëdhëniet ndërkombëtare, kjo njihet si demonizimi (djallëzomi) i armikut. Njëri ndër studiuesit eminentë të realizmit politik në marrëdhëniet ndërkombëtare, Hans Morgenthau¹⁰, e trajton demonizimin si pjesë të politikës së jashtme të shteteve. Në gjashtë parimet kryesore të realpolitikës, në njërin prej tyre (në të dytën), Morgenthau veçon demonizimin si njërin ndër parimet e politikës dhe marrëdhënieve në mes shteteve. Duke arritur të shpallë armikun si pjesëtar të ideologjisë së dreqit, veprime të se keqes, vendet synojnë të bindin edhe vendet neutrale apo të treta, për një vend të caktuar. Prandaj, *“duke eliminuar një herë e mirë grupe të caktuara njerëzish ose individësh, mendohet se mund të eliminohen edhe problemet e përfaqësuara nga ta”*.¹¹

Me këtë nënkuptohet propaganda e keqe kundrejt palës kundërshtarë për të bindur faktorë të ndryshëm se vërtet një ide e tillë politike është e keqe, është produkt dreqi.

Si Hans J. Morgenthau dhe George Kennan, kanë argumentuar në kontekstin e Luftës së Ftohtë se kjo politikë duket veçanërisht e vështirë për demokracitë, sepse këto janë regjimet politike që tentojnë për të demonizuar armiqtë e tyre dhe, duke bërë kështu, e bëjnë të vështirë gjetjen e një zgjidhjeje diplomatike në raportet mes shteteve.¹²

Propaganda serbe kundër shqiptarëve në çaste të rëndësishme historike

Shqiptarët historikisht kanë qenë në shënjestër të vazhdueshme të propagandës me qëllim të shtrirjes së interesit serb në viset shqiptare. Kjo madje ka ndodhur që në përpjekjet shqiptare për shtet- komb, ndërsa sot e kësaj dite vazhdon me të madhe. Kjo propagandë është zhvilluar jo vetëm nëpërmjet medieeve, por nëpërmjet një game të

¹⁰ Carlo Simon Belli, *Teorie delle realizoni internazionali*, Peruggia, Guerra Edizioni Gurru, 2003, p. 94.

¹¹ Po aty

¹² George F. Kennan, *American Diplomacy*, (Chicago: University of Chicago Press, 1951), p. 59.; Hans J. Morgenthau, *Politics Among Nations* (New York: McGraw-Hill, 1993), p. 387.

gjerë mjetesh komunikuese, botime librash, revistash, gjoja studimesh shkencore etj.

Propaganda antishqiptare ka nisur herët, që në kohën e Kongresit të Berlinit, por të mos u ndalur në periudhat e mëpastajme që kanë qenë shumë më agresive dhe më të bollshme. Libri i Vladan Gjorgjeviqit, ish- kryeministër i Serbisë, botuar gjatë zhvillimit të punimeve të Konferencës së Ambasadorëve (1913) *Arnauti i Velike Sile* (Beograd, 1913), *Les albanais et le Grand Puissances*, Paris, 1913 (i përkthyer edhe gjermanisht), ka pasur për qëllim që të ndikonin në opinionin e gjerë publik dhe në qarqet zyrtare të Fuqive të kohës. Kjo mund të cilësohet si një sintezë e tezave antishqiptare më të ndryshme.¹³ Aty, me shtrembërime flagrante dhe interpretime arbitrare të fakteve, janë gërshetuar paragjykime denigruese dhe me pasione nga më të ulëtat, haptazi raciste. Për të gjykuar për 'vlerën' e këtij libri, mjafton të përmendet se pikërisht aty gjendet pohimi famëkeq se ndër shqiptarë procesi i evolucionit biologjik të species njerëzore nuk ka shkuar deri në krye dhe midis tyre ka ende (pra në atë kohë kur shkruhej libri, shek. XX) ekzemplarë me bisht, "disa me bisht dhie, disa të tjerë me bisht të vogël, që e kanë banesën e tyre të përhershme në majë të pemëve."¹⁴ Por, libri pamflet e Gjeorgjeviqit vetëm hap kolonën e botimeve antishqiptare që kanë dalë qoftë në serbisht apo në disa gjuhë kryesore në prag ose gjatë shqyrtimit të çështjes shqiptare në Konferencën e Ambasadorëve. Në kohën e shpalljes së pavarësisë së shtetit shqiptar (1912) ka pasur edhe botime të tjera që kishin qëllimin e propagandës antishqiptare dhe për të ndikuar si në kancelaritë perëndimore, ashtu edhe opinionin perëndimor.¹⁵

¹³ Arben Puto, *Historia e diplomatike e çështjes shqiptare*, Tiranë, Akademia e Shkencave, Albin, 2003, f.144 – 145.

¹⁴ Cituar sipas: Arben Puto, *Historia e diplomatike e çështjes shqiptare*, Tiranë, Akademia e Shkencave, Albin, 2003, f.144 – 145.

¹⁵ Balkanicus (pseudonim i Stojan Protiçit) *Le problemes albanais*, la Serbi e la Austro-Hungerie, Paris 1913; J. Tomitch, *Les albanais en Vieille Serbie et fans le Sandjak de Novi Pazar*, Paris 1913; J. Cvijic, *Balkanski rat i Serbija*, Beograd 1912; J. Hadzi – Vasiljevic, *Juzna Stara Srbija*, kniga 2, Beograd 1912 etj. Vep.cit. Puto, f.144 – 145.

Studiuesit Philip J. Cohen dhe David Riesman në *Serbia's Secret War: Propaganda and the Deceit of History*, thonë për memorandumun e Çubriloviqit (1937), "Iseljavanja arnauta" (Shpërngulja e shqiptarëve), se ajo ngjason me propagandën dhe veprimet e Hitlerit e Stalinit, ndërsa vetë autori Çubriloviq, një këshilltar i lartë i qeverisë serbe, ka qenë një konspirator i vrasjes së princit Franz Ferdinand, e cila vrasje që shkas për nisjen e Luftës së Parë Botërore.¹⁶

"Rruga e vetme efektive është të eliminohen shqiptarët nga trekëndëshi i tyre, Dibër-Rogozhinë-Nish, *en masse*. Për të shkaktuar emigrim masiv, së pari duhet të provokohet një psikozë masive, e cila mund të arrihet në shumë drejtime..."¹⁷, ka shkruar Çubriloviq.

Më pastaj, janë një sërë botimesh, artikujsh, memorandumesh të cilat kanë pasur për qëllim demonizimin e shqiptarëve.

Kjo fushatë propagandistike padyshim që ka lënë pasoja për shqiptarët. Në këtë kuptim, Serbia kërkonte që duke eliminuar një grup pak më të gjerë njerëzish, do të eliminojë edhe problemin me Kosovën. Në këtë drejtim, propaganda e fuqishme me dekada të tëra ka pasur edhe një qëllim tjetër, atë të demonizimit të kërkesës shqiptare për bashkim kombëtar dhe, më pas, edhe atë për pavarësinë e Kosovës. Pas një kohe, kjo propagandë që e ka paraqitur bashkimin e shqiptarëve në një shtet si një e keqe e përbashkët edhe për rajonin, ka filluar të ketë efekte dhe sukses për propaganduesit. Përmendja e "bashkimit" menjëherë ka asociuar me emrin e djallëzuar të "Shqipërisë së Madhe" për Shqipërinë Etnike.

Për të arritur efekte sa më të mëdha, propaganda serbe e vënë në shërbim të shtetit, shpesh ka dalë jashtë logjikës normale njerëzore, siç u përmend më lartë ajo e evolucionit biologjik. Propaganda e tillë është ndjekur edhe ndaj komuniteteve joshqiptare në luftën ekspansioniste serbe. Studiuesi i propagandës rishtarë luftarake serbe, Renaud de la Brosse në "*Political Propaganda and the Plan to Create 'A*

¹⁶ Philip J. Cohen & David Riesman, *Serbia's Secret War: Propaganda and the Deceit of History*, Texas A&M University Press, 1999, f. 688.

¹⁷ Po aty, f. 5.

*State For All Serbs*¹⁸ ka hulumtuar rastet se si propaganda serbe ka nxitur urrejtjet tradicionale dhe historike të opinionit publik duke shkuar deri në ide raciste, ksenofobe, shoviniste etj. Brosse merr shembull të propagandës serbe dhe e krahason atë me propagandën naziste. Në kohën kur Sarajeva ishte shkëputur nga pjesa tjetër e botës (1992) nga Rrethimi serb i Sarajevës, televizion shtetëror i Serbisë (RTS) emeton një raport të televizionit SRNA dhe jep shembullin e propagandës më bizare: “Në kopshtin zoologjik, myslimanët u hedhin luanëve për ushqim femra dhe fëmijë serbë”.^{19 20}

Përfundimi

Hartuesit e propagandës shpesh gjejnë ndërmjetës të cilët i furnizojnë me informacione, dezinformata, me qëllim që përhapësi i propagandës si “burim i pavarur” të jetë më i besueshëm për një fokus-grup të caktuar. Në këtë kuadër, artikuj të ndryshëm për Kosovën te disa gazeta perëndimore, por edhe Raporti i parlamentarit zviceran tashmë i miratuar në Asamblenë e Përgjithshme të Këshillit të Evropës, Dick Marty,²¹ kanë referenca të shumta të pacituara edhe

¹⁸ Renaud de la Brosse, *Political Propaganda and the Plan to Create 'A State For All Serbs*. Pesë raportet e tij studimore për propagandën aktuale serbe gjenden në: http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt1.pdf
http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt2.pdf
http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt3.pdf
http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt4.pdf
http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt5.pdf (vizituar: 27 janar, 2011) ; shih edhe: Renaud de La Brosse, *Les medies de la haine, La Decouverte, Paris 1998*.

¹⁹ Videoja e RTS-së, që thotë se myslimanët u hedhin fëmijë serbë luanëve të uritur: <http://www.youtube.com/watch?gl=GB&hl=en-GB&v=LzUqQxNb8qw&e> (vizituar: 18 janar, 2011).

²⁰ Renaud de La Brosse, *Les medies de la haine, La Decouverte, Paris 1998*, f. 4. Njëra nga pesë pjesët e këtij studimi, gjenden në: <http://archiv2.medienhilfe.ch/topics/delabrosse/RSFHaine.pdf> (vizituar: 22 dhjetor 2011).

²¹ Raporti i plotë gjendet në: <http://www.assembly.coe.int/CommitteeDocs/2010/ajdoc462010prov.pdf> (vizituar 18 janar, 2011).

nga dy librat e ashtuquajtur “të bardha”²² të hartuara nga agjencia sekrete serbe, BIA, të botuara në vitin 2003 nga Qeveria e Serbisë. Këto libra të promovuara në Kuvendin shtetëror serb,²³ sot e kësaj dite vazhdojnë të gjenden në faqen zyrtare të qeverisë së këtij vendi.²⁴ Propaganda, qoftë ajo pozitive apo negative, jo gjithmonë është e drejtpërdrejtë, jo vetëm për nga përmbajtja, por edhe nga burimi i shpërndarjes së saj. Ai që mbetet i pandryshuar është qëllimi, i cili është arritja e efektit sa më të madh për përfitime të ndryshme, kryesisht politike.

Bibliografia

- Albanski terorizam i organizovani kriminal na Kosovu i Metohiji* – I, II. Beograd: BIA, 2003.
- Belli, Carlo Simon. *Teorie delle realizoni internazionali*. Perugia: Guerra Edizioni Gurru, 2003.
- Brosse, de la Renaud. *Les medies de la haine*. Paris: La Decouverte, 1998.
- Chomsky, Noam. *Propaganda i javno mishljenje*. Zagreb: V.B.Z., 2002.
- Diodato, Emidio. *Introduzione alla comunicazione politica internazionale*. Perugia: Guerra Edizioni, 2003.
- Carey, Alex. *Taking the Risk out of Democracy: Corporate Propaganda versus Freedom and Liberty*, USA: University of Illinois Press, 1997.
- Gori, Umberto etj. *Comunicazione e politica internazionale*. Roma: Rubbettino Editore, 2004.

²² *Albanski terorizam i organizovani kriminal na Kosovu i Metohiji* – I, II, Beograd, BIA, 2003.

²³ *Albanski terorizam i organizovani kriminal na Kosovu i Metohiji*, <http://www.srpskadijaspora.info/vest.asp?id=4093> , 8.12.2003. (vizituar: 16 janar, 2011).

²⁴ *Albanski terorizam i organizovani kriminal na Kosovu i Metohiji* – Prvi deo, BIA, 2003: http://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/bela_knjiga1.pdf (vizituar: 15 janar, 2011) dhe; Drugi deo: http://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/bela_knjiga2.pdf (vizituar 15 janar 2011).

- Ellul, Jacques. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Random House Inc, 1973.
- Habermas, Jyrgen. *Midis natyralizimit dhe religjionit*. Shkup: Asdreni, 2008.
- Kennan, F George. *American Diplomacy* (Chicago: University of Chicago Press,1951), p. 59.; Morgenthau, J. Hans. *Politics Among Nations* (New York: McGraw-Hill, 1993), p. 387.
- Kohen, J. Philip & Riesman, David. *Serbia's Secret War: Propaganda and the Deceit of History*. Texas A&M University Press,1999.
- Laurano, Patrizia. *Fondamenti di comunicazione politica internazionale*. Roma: Bonanno Editore, 2006.
- McLean, Ian. *Fjalor Politik*, Oxford. Tiranë: Shtëpia e Librit dhe Komunikimit, 2001.
- Puto, Arben. *Historia e diplomatike e çështjes shqiptare*. Akademia e Shkencave. Tiranë: Albin, 2003.

Ueb:

- <http://www.assembly.coe.int/CommitteeDocs/2010/ajdoc462010prov.pdf> (vizituar 18 janar, 2011).
- <http://www.srpskadijaspora.info/vest.asp?id=4093> , 8.12.2003. (vizituar: 16 janar, 2011).
- <http://www.youtube.com/watch?gl=GB&hl=en-GB&v=LzUqQxNb8qw&e> (vizituar: 18 janar, 2011)
- http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt1.pdf
- http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt2.pdf
- http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt3.pdf
- http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt4.pdf
- http://hague.bard.edu/reports/de_la_brosse_pt5.pdf (vizituar: 27 janar, 2011)