

**“THE IMPACT OF DIPLOMATIC COMMUNICATION AND ITS SIGNIFICANCE IN
THE PROCESS OF INTEGRATION IN THE EU”**

(CASE STUDY, REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA)

**“IMPAKTI I KOMUNIKIMIT DIPLOMATIK DHE RËNDËSIA E TIJ NË PROCESIN E
INTEGRIMEVE NË BE”**

(RAST STUDIMI, REPUBLIKA E MAQEDONISË SË VERIUT)

HAVA MUSTAFA

*Kandidate doktrature, në Media dhe Komunikim
Fakulteti i gjuhëve, kulturave dhe komunikimit
Universiteti i Evropës Juglindore
Rr. e Ilindenit Nr.335, Tetovë 1200, Maqedonia e Veriut
e-mail: hm06317@seeu.edu.mk*

Përmbledhje

Republika e Maqedonisë së Veriut është përballur me sfidat e reja në rrugën drejt anëtarësimit në Bashkimin Evropian. Për të përmbushur këto sfida, është e rëndësishme të përmirësohet administrata publike dhe të informohet publiku për vlerat evropiane, sistemet e funksionimit, si dhe ndryshimet që sjell anëtarësimi në të ardhmen.

Studimi ka përqendruar vëmendjen në mënyrën se si opinioni publik informohet rreth procesit të integrimit të Maqedonisë në Bashkimin Evropian. Përveç kësaj, është hulumtuar roli i komunikimit, veçanërisht strukturës së komunikimit në administratën publike, në kushtet e ndarjes së informacionit mbi aktivitetet lidhur me këtë proces. Poashtu, është shqyrtuar sa mirëinformuar është opinioni publik rreth strukturës së komunikimit në ministritë e ndryshme. Studimi ka trajtuar edhe aspektet aktuale të praktikave të komunikimit, brenda dhe jashtë administratës publike, në kontekstin e Bashkimit Evropian. Është vënë theks në përmirësimin e mekanizmave dhe strategjive të BE-së për të rivendosur komunikimin me qytetarët, sidomos në Ballkanin Perëndimor dhe në veçanti me RMV-në.

Për të realizuar këtë studim, është përdorur një metodë empirike, përfshirë një sondazh në 4 ministri të ndryshme. Rezultatet janë përshtatur me hipotezën e studimit dhe kanë konfirmuar rëndësinë e roli të komunikimit në informimin e opinionit publik. Po ashtu, është theksuar nevoja për përfshirjen e institucioneve publike në proceset e formësimit të politikës për informimin e opinionit publik.

Fjalë kyçe: *komunikimi diplomatik, informacion publik, komunikimi intern dhe ekstern, shkëmbimi dhe shpërndarja e informacionit, institucione publike.*

Abstract

The Republic of North Macedonia has faced new challenges on the way to membership in the

European Union. In order to meet these challenges, it is important to improve public administration and inform the public about European values, operating systems, as well as the changes that membership brings in the future.

The study has focused attention on the way public opinion is informed about the process of Macedonia's integration into the European Union. In addition, the role of communication, especially the structure of communication in public administration, in terms of information sharing on activities related to this process, has been researched. Also, it was examined how well-informed the public opinion is about the structure of communication in the various ministries.

The study also addressed the current aspects of communication practices, inside and outside the public administration, in the context of the European Union. Emphasis has been placed on improving EU mechanisms and strategies to restore communication with citizens, especially in the Western Balkans and in particular with the RMV.

To carry out this study, an empirical method was used, including a survey in 4 different ministries. The results are adapted to the hypothesis of the study and have confirmed the importance of the role of communication in informing public opinion. Also, the need for the involvement of public institutions in the processes of shaping the policy for informing the public opinion was emphasized.

Keywords: *Diplomatic Communication, Public information, internal and external communication, exchange and distribution of information, public institutions.*

Hyrje

Komunikimi diplomatik është një faktor i rëndësishëm dhe kritik në shoqëritë moderne demokratike, një vlerë e njohur universale që vepron si një tregues i progresit dhe arritjeve të një shoqërie, pavarësisht nga forma dhe mënyra e tij. Komunikimi, i brendshëm dhe i jashtëm, është i rëndësishëm kur një organizatë është nën ndryshime dhe reforma të rëndësishme.

Për ndryshimet dhe reformën brenda vendit, është e rëndësishme të sigurohet pëlqimi dhe besimi i publikut brenda dhe jashtë organizatës. Kjo është veçanërisht aktuale në kontekstin e procesit para-anëtarësues të një vendi në BE. Kriteret e Kopenhagës theksojnë transparencën dhe hapësirën për publikun në qeverisje, si dhe angazhimin për të siguruar që qytetarët kanë akses maksimal në informacionin publik.

Kjo aplikohet sidomos në procesin e afrimit dhe hyrjes së një shteti në BE, siç është Republika e Maqedonisë. Qytetarët duhet të informohen mirë për standardet dhe praktikën e BE-së, për të pasur një opinion pozitiv rreth anëtarësimit të vendit në BE.

Ky studim do të analizojë komunikimin intern në administratën publike dhe praktikën e tij aktuale, duke theksuar nevojën për përmirësimin e strategjive të RMV-së për komunikim me qytetarët, veçanërisht në vendet e Ballkanit Perëndimor dhe Republikën e Maqedonisë, në kontekstin e integrimit në BE. Këto praktika do të ndihmojnë në kohezionin social, kulturor dhe ekonomik dhe do të ndihmojnë në ndërtimin e imazhit pozitiv të BE-së në skenën globale, si dhe në forcimin e politikave të fqinjësisë së mirë për integrimin e Republikës së Maqedonisë në BE.

Qëllimet e Hulumtimit

Ky punim synon të shohë në thelb rritjen e potencialit të komunikimit diplomatik dhe përdorimin e suksesshëm të komunikimit intern në institucionet shtetërore. Kjo është e rëndësishme për të lehtësuar integrimin në BE dhe për të përmirësuar imazhin e Republikës së Maqedonisë së Veriut në skenën evropiane dhe globale.

Në këtë studim, do të përqendrohemi në faktorët që ndikojnë në komunikimin diplomatik dhe intern. Globalizmi ka sjellë ndryshime të mëdha në këtë proces, duke bërë që praktikatat e vjetra të komunikimit të kenë nevojë për rishikim.

Shtetet e vogla në tranzicion në Ballkanin Perëndimor, përfshirë Republikën e Maqedonisë së Veriut, po përqendrohen gjithashtu në zhvillimin e strategjive të reja për komunikimin, sidomos komunikimin intern. Kjo ndryshim është një pasojë e redefinimit të rendit botëror në shekullin e 21, dhe nevojës për një qasje të re ndaj Bashkimit Evropian. Ky reorientim synon të ndihmojë shtetet e tranzicionit të Ballkanit Perëndimor për të kuptuar më mirë lajmërimet e përbashkëta, qëllimet dhe ndjesinë e një bashkësie të BE-së, duke mundësuar rrugën drejt integritimeve evropiane.

Hipoteza

Për të kryer një studim të plotë, është thelbësore të përcaktojmë hipotezat e kërkimit shkencor. Hipoteza kryesore e këtij punimi dhe fushe hulumtuuese fokusohet te roli i komunikimit, sidomos struktura e komunikimit intern në administratën publike në kontekstin e shkëmbimit dhe ndarjes së informacionit rreth aktiviteteve që kanë të bëjnë me këtë proces. Gjithashtu, është rëndësore të vlerësohet se sa mirë është informuar opinioni publik në lidhje me strukturën organizative të komunikimit intern në ministritë e ndryshme. Siç citohet: " Në një zonë me një ndarje të lartë ekonomike dhe politike, komunikimi bëhet thelbësor" (Jan Melissen, 2005, faq.11).

Për të përbërë hipotezën kryesore, janë prezantuar disa pyetje ndihmëse që janë të lidhura ngushtë me këtë hipotezë kryesore:

Hipoteza kryesore:

- Si ndikon komunikimi intern në përmirësimin e imazhit të Republikës së Maqedonisë së Veriut në krahasim me vendet e Ballkanit Perëndimor dhe si ndihmon këtë vend në rrugën drejt integrimi në BE?

Hipoteza ndihmëse:

- cilat elemente ndikojnë negativisht në perceptimin ndërkombëtar të Republikës së Maqedonisë së Veriut dhe në opinionin global të këtij vendi përmes mediave ndërkombëtare?
- Si formohet opinioni publik ndërkombëtar në lidhje me Republikën e Maqedonisë së Veriut përmes prezantimit të ngjarjeve dhe zhvillimeve të brendshme të vendit në mediat e huaja dhe përmes diplomacisë publike?
- Cilën rol luajt komunikimi në procesin e ndërtimit të imazhit të vendit dhe në përpjekjet për integrim në Bashkimin Evropian?
- Çka janë burimet dhe aktorët jashtë qeverisë që kontribuojnë në përmirësimin e imazhit të Republikës së Maqedonisë së Veriut?

- Cilat modele teorike të komunikimit janë të përshtatshme për të krijuar një imazh pozitiv të Republikës së Maqedonisë së Veriut në kontekstin e Bashkimit Evropian?

Në këtë analizë, variabla që ndikohet nga faktorë të tjerë është "roli i komunikimit, veçanërisht struktura e komunikimit intern në administratën publike në kontekstin e ndarjes dhe shpërndarjes së informacionit lidhur me aktivitetet e integrimimit në Bashkimin Evropian". Ndërkaq, variabla që ushtron ndikim në këtë proces është "procesi i integrimimit në BE".

Për sa i përket metodologjisë së kërkimit, ne kemi përdorur një gamë të gjerë të teknikave dhe metodave për të mbledhur dhe analizuar të dhëna. Kjo përfshin përdorimin e pyetësorëve me pyetje të hapura dhe të mbyllura, analizën e përmbajtjes, metodën e krahasimit, si dhe analizën e hulumtimeve të mëparshme dhe dokumenteve arkivore. Hulumtimi ynë është kryer përmes një qasje të kombinuar të metodave cilësore dhe sasiore, me qëllim të sigurimit të një kuptimi të plotë të temës së kërkimit.

Variablat, dhe operacionalizimi i tyre

Variabla e pavarur në këtë kontekst është pjesa e procesit të "integrimi në BE", ndërsa **variabla e varur** është aspekti që matet në hulumtim, specifikisht "roli i komunikimit, veçanërisht struktura e komunikimit intern në administratën publike në kontekstin e ndarjes dhe shpërndarjes së informacionit në lidhje me aktivitetet që kanë të bëjnë me këtë proces, si dhe nivelin e informacionit të opinionit publik në lidhje me organizimin e komunikimit intern në ministritë e ndryshme".

Metodologjia e hulumtimit

Qasja Kërkimore

Gjatë këtij studimi janë përdorur një shumëllojshmëri trajtimesh, metodash, dhe materiale të rëndësishme për kryerjen e kësaj analize shkencore. Hulumtimet në fushën e shkencave të komunikimit kanë këtë dyndje në dy sfera, teorik dhe praktik, të cilat janë të lidhura ngushtë. Posaçërisht pjesa e literaturës, mundohet të shpjegojë koncepte duke përfshirë të gjithë gamën e aktorëve që mund të jenë të kyçur në një komunikim diplomatik.

Për shkak të natyrës së veçantë të këtij studimi, është e nevojshme të përdoret një gamë e gjerë metodash të ndërlidhura që të analizohen në përputhje me situatat dhe këndvështrime të ndryshme kërkimore.

Në rastin e këtij hulumtimi, është kryesor të mblidhen një sasi e konsiderueshme e të dhënave që duhet të analizohen në kontekst të situatave dhe perspektivave të ndryshme kërkimore. Kjo është e nevojshme për të krijuar një kuptim sa më të saktë dhe objektiv të mundshëm për rezultatet dhe ndikimin e tyre. Me qëllim të verifikimit të vërtetësisë së hipotezave, janë përdorur metoda hulumtimi të ndryshme që përfshijnë hulumtimin multidisiplinor dhe interdisiplinor.

Këtu përfshihen pyetësorët me pyetje të hapura dhe të mbyllura, të cilat janë kryesisht drejtuar punonjësve të administratës shtetërore, veçanërisht profesionistëve të fushës, dhe gjithashtu pjesëtarëve të komunitetit që kanë një rol të rëndësishëm në formimin dhe mbajtjen e kontinuitetit të opinionit publik të Republikës së Maqedonisë së Veriut.

- Analiza e përmbajtjes është një teknikë e përdorur për të shqyrtuar me kujdes dhe për të kuptuar thellësisht përmbajtjen e të dhënave.

Metoda e krahasimit është një teknikë që përdoret për të krahasuar dhe vlerësuar të dhënat nga burime të ndryshme.

Të menduarit kritik është një proces që bazohet në analizën e argumenteve dhe hulumtimeve të mëparshme që janë kryer në këtë fushë, duke përfshirë edhe të dhënat nga raportet dhe dokumentet arkivore historike.

Ky hulumtim do të përdorë një qasje të kombinuar, duke përfshirë metoda cilësore dhe sasore për të arritur në një kuptim të plotë të temës së kërkimit.

Ky kombinim synohet të realizohet jo vetëm për shkak të rritjes së preferencave për hulumtimet e përziera, që po marrin gjithnjë e më shumë rëndësi në shkencat shoqërore, duke përfshirë këtu shkencat e komunikimit. Po ashtu, ky kombinim është i arsyeshëm për shkak të përparësive dhe mangësive të metodave të veçanta. Njohja e pikave të forta dhe të dobta të këtyre metodave të përziera do të na lejojë të përdorim më mirë secilën prej tyre dhe të kompensojmë mangësitë e tyre me avantazhet e tyre.

Megjithatë, metoda krahasuese dhe anketimi mbeten metoda dominante për shkak të nevojës për të krahasuar dhe vlerësuar pikëpamjet në lidhje me BE-në dhe Republikën e Maqedonisë së Veriut në përdorimin e komunikimit për integrim në BE. Kjo është e rëndësishme për të konfirmuar hipotezat e hulumtimit.

Pjesëmarrësit në këtë studim janë kryesisht persona që janë të përfshirë në biseda të përditshme në fusha të ndryshme, dhe ata konfirmojnë rëndësinë e komunikimit diplomatik në përgjithësi dhe të komunikimit intern në veçanti për integrimin e Republikës së Maqedonisë së Veriut në BE. Për të siguruar një reprezentim të barabartë të gjinëve dhe mendimeve të barabarta, është përzgjedhur një grup i përbërë prej femrave dhe meshkujve. Pjesëmarrësit janë të punësuar dhe të moshës mbi 20 vjeçare.

Metoda e dytë përfshin një qasje historike që shqyrton historinë e komunikimit si një shkencë dhe fazat që ka kaluar deri më sot, duke përfshirë zbatimin e saj nga BE-ja dhe Republika e Maqedonisë së Veriut. Për të arritur qëllimet e këtij studimi, është gjithashtu përdorur një metodë statistikore për të analizuar të dhënat e marra nga pyetëtori. Gjithashtu për t'u arritur qëllimet e parashtruara në këtë punim me një rëndësi të veçantë është edhe aplikimi i metodës statistikore, nëpërmjet të cilës janë përpunuar të dhënat e nxjerra nga përgjigjet e pyetëorit.

Rëndësia e Punimit

Përparësia fillestare e trajtimit të kësaj teme fillimisht është në sferën teorike. Përmbyllja e qëllimeve të përcaktuara synon të plotësojë tre kritere themelore: të ketë një bazë teorike dhe shkencore të duhur, si dhe të ofrojë aplikime praktike. Rëndësia teorike dhe shkencore është e qartë, pasi kjo punë do të sjellë një kontribut në përdorimin e komunikimit në një kontekst të gjerë, duke përfshirë komunikimin intern në procesin e integrimin të Republikës së Maqedonisë së Veriut në Bashkimin Evropian.

Në aspektin praktik, ky studim do të ofrojë vlerë në fillim për Republikën e Maqedonisë së Veriut, duke e krahasuar me vendet e tjera të Ballkanit Perëndimor dhe duke ndjekur përvojat pozitive të tyre. Kjo do të ndihmojë në implementimin e strategjive të komunikimit, në sigurimin e një informacioni të saktë për opinionin publik, dhe në përkrahjen e përpjekjeve të vështira drejt

integritit. Në të njëjtën kohë, kjo punë do të jetë e dobishme për elitat politike, sistemet politike, studentët dhe madje edhe publikun më të gjerë, të interesuar në këtë çështje.

Rishikim i literaturës dhe teoritë e komunikimit mbi perceptimin e Imazhit publik të një vendi

Me termin "imazh," zakonisht kuptohet një përmbledhje e perceptimeve dhe përshtypjeve të një individi apo grupi ndaj një personi, objekti, vendi, apo dukurie të caktuar. Ky imazh është një përfaqësim mendor ose vizual që ndërlidh informacionin e mëparshëm dhe ndjenjat që lidhen me këtë person, objekt, vend, ose dukuri. Në esencë, imazhi është një përfytyrim ose riprodhim i një sendi të caktuar në mendjen e një personi. (Skoko, 2009 23).

Koncepti i imazhit është i rëndësishëm sepse na ndihmon të kuptojmë se si njerëzit e shohin dhe perceptojnë një send ose vend të caktuar. Ai është i lidhur ngushtë me besimet, idetë, dhe ndjenjat që njerëzit kanë ndaj këtij sendi ose vendi. Për shembull, mund të krijohet një imazh pozitiv apo negativ të një vendi të caktuar në mendjen e një personi ose grupi të cilët kanë njohuri ose përvojë me të.

Philip Kotler e përkufizon imazhin e vendit si një kombinim i besimeve, ideve, dhe përshtypjeve të njerëzve në lidhje me një vend të caktuar. Ky imazh paraqet një thjeshtëzim të informacionit të lidhur me këtë vend dhe lidhjet emocionale dhe kulturore që njerëzit mund të kenë me të. Këto besime dhe ndjenja krijojnë vlerësimin dhe besimin ndaj produkteve, politikave, dhe kulturës së asaj vendi. (Rein, I., Kotler, P., & Haider, D. , 1993).

Në esencë, imazhi i vendit është një përbërës i rëndësishëm i identitetit të një vendi dhe mund të ndikojë në mënyrën se si është e shikuar dhe vlerësuar ky vend nga të tjerët në arenën ndërkombëtare. Imazhi mund të ndikojë në marrëdhëniet ekonomike, politike, dhe kulturore të një vendi me të tjerët dhe është një fushë e studimit të rëndësishme në marketing dhe komunikim. (Mendez. Laroche, Cleveland, 2015 110-120).

Në komunikimet e një-nga-një, njerëzit shpesh bisedojnë për të mësuar më shumë për njëri-tjetrin dhe për të ndërtuar perceptime dhe imazhe të ndryshme për një person ose çështje të caktuar. Të dhënat që lidhen me një person ndihmojnë të krijojmë një kuptim më të qartë të situatës dhe të na japin një ide të parë se çfarë mund të presim nga ky person ose si mund të reagojmë në prani të tij.

Siç duket autori Goffman këtë gjë na e shpjegon më së miri që këto informacione mbi të tjerët mund të vijnë nga burime të ndryshme dhe ndihmojnë jo vetëm për të kuptuar më mirë një situatë, por edhe për të vendosur se si të reagojmë në këtë situatë. Megjithatë, në rastet kur nuk kemi të dhëna të mjaftueshme mbi një person, ne përdorim pamjen e tij të jashtme për të formuar një perceptim ose imazh për të. Në raste të tilla, ndonjëherë mund të mbështetemi në stereotipet ose perceptimet e paralauajtura që kemi në mendje për këtë lloj personi (Goffman, 2011/12).

Shtetet, në të njëjtën mënyrë si individët në komunikimet e tyre ndërpersonale, kanë edhe ato një lloj komunikimi dhe perceptimi të tyre, por ky proces është shumë më kompleks për shkak të natyrës së tyre sistematike. Në kohën tonë, në dekadën e parë të shekullit 21, komunikimi global ka pësuar ndryshime të mëdha, dhe lëvizjet e njerëzve kanë shtuar shkallën e kompleksitetit në këtë kontekst. Joseph S. Nye nënvizon se përpjekja për të promovuar një imazh të favorshëm të një vendi nuk është e re, por është mënyra se si projektohet fuqia e butë (soft power) që ka evoluar ndjeshëm (Nye, 2008, faqja 95).

Sipas Manuel Castells, dallimet midis shteteve ndryshojnë më shumë në perceptimin imagjinar, dhe ky perceptim imagjinar krijohet përmes shfrytëzimit të mjetet e komunikimit masiv. Ai argumenton se shtetet dhe kombet e sotme synojnë të krijohen si komunitete të imagjinuara, të ndërtuara në procesin e identifikimit. Këto shtete shndërrohen në produkte të informacionit dhe memorjes, por ata kanë vlerë vetëm nëse njihen dhe komunikohen përmes mediave ndërkombëtare dhe kanë ndikim në opinionin publik jo vetëm në nivele kombëtare (Castells, 2009, faqja 194).

Roli i komunikimit diplomatik në administratën publike dhe institucionet shtetërore

Komunikimi është një faktor i thelbësuar dhe i domosdoshëm në shoqëritë moderne demokratike. Ky element i komunikimit bart një vlerë të njohur dhe të njohur botërisht, dhe pavarësisht nga mënyra dhe forma e tij, vepron si një përcaktues i pavarur që mundëson vlerësimin e përparimeve të një shoqërie në fusha të ndryshme dhe arritje të një shoqërie moderne. Dallimi midis komunikimit brenda një organizate ose institucioni (komunikimi intern) dhe komunikimit me përdoruesit e shërbimeve dhe opinionin publik (komunikimi ekstern) është i rëndësishëm, veçanërisht kur organizata apo institucioni ndodhet në një fazë të ndryshimeve të thella dhe reformave serioze. Kur bëhet fjalë për ndryshimet dhe reformën brenda vendit, është thelbësore të promovohet dhe të ndërtohet një besueshmëri dhe pajtueshmëri në shoqëri dhe opinionin publik në përgjithësi të këtij vendi. Ky është një proces i rëndësishëm për të siguruar marrjen e besimit dhe mbështetjes nga aktorët brenda organizatës ose institucionit, si dhe nga opinionin publik në përgjithësi, përmes komunikimit ekstern me publikun.

Në këtë kontekst, është e rëndësishme të theksohet se, veçanërisht në rastin e vendeve që janë kandidatë për anëtarësim në Bashkimin Evropian, plotësimi i kriterëve të Kopenhagenit është një sfidë e rëndësishme. Këto kriterë, të paraqitura në traktatin e njëjtë, theksojnë transparencën dhe hapjen e institucioneve qeveritare dhe insistojnë në angazhimin e tyre për transparencë, për të lejuar qasjen e gjërë të qytetarëve ose opinionit publik në informacionin me karakter publik. Ky aspekt shpesh theksohet në raportet e vjetra të Bashkimit Evropian rreth zhvillimeve të vendit, dhe është i rëndësishëm të zbatohet, veçanërisht kur vendet e tilla janë shumë pranë të qenit anëtarë zyrtarë me të drejta të plota në Bashkimin Evropian. Kjo është në përputhje me nevojën për të informuar qytetarët e tyre për standardet dhe praktikën e Bashkimit Evropian, duke përgatitur ata për të marrë një qëndrim pozitiv në procesin e integritimeve, që është një pjesë kritike e të ardhmes së vendit.

ANALIZË RRETH IMPAKTIT TË KOMUNIKIMIT NË INSTITUCIONET SHTETËRORE DHE RËNDËSIA E TIJ NË PROCESIN E INTEGRIMEVE NË BE

(Rast studimi, Republika e Maqedonisë së Veriut)

Nga analiza e të dhënave të grumbulluara në 4 ministri të ndryshme, janë arritur rezultate dhe përgjigje të ndryshme, megjithëse hulumtimi u bë vetëm mbi mendimet e të anketuarve. Këto përgjigje në përgjithësi konfirmojnë hipotezën e këtij hulumtimi. Individët përfshirë në këtë pyetësor janë kryesisht pjesëmarrës të drejtpërdrejtë në bisedat e përditshme të sektorëve të ndryshëm, përfshirë nëpunës në administratën shtetërore, sektorin udhëheqës, qytetarë me profesione të ndryshme dhe të tjera. Këta të anketuar konfirmojnë se komunikimi në përgjithësi, strategjitë e komunikimit, roli i mediave vendase dhe të huaja, strategjia e komunikimit të Bashkimit Evropian me vende kandidatë, si dhe krijimi dhe perceptimi i opinionit publik në lidhje me procesin e integritimit janë faktorë shumë të rëndësishëm për vendin që po shqyrtohet, pra Maqedoninë e Veriut.

Hulumtimi është realizuar në mënyrë anonime përmes platformës Google Forms. Pyetësorja ka përfshirë pyetje të strukturuar dhe fillimisht ka kërkuar të dhënat demografike të pjesëmarrësve.

Pastaj, pyetjet janë trajtuar duke përdorur shkallën e Likertit si një mënyrë për të matur vlerësimet e tyre. Është paraprakisht përcaktuar numri i pjesëmarrësve, duke arritur një përfaqësim të barabartë në gjinë femërore dhe meshkuj, për të siguruar respektimin e barazisë gjinore. Pjesëmarrësit janë të punësuar dhe janë të moshës mbi 20 vjeçare.

Rezultatet e pyetjes së parë që është si vijon **A ka ndonjë plan ose strategji të komunikimit në organizatat qeveritare të Maqedonisë së Veriut?** Përafërsisht janë të përafërta në përqindje të të anketuarëve tek ato (34%) të cilët janë përgjigjur që nuk kanë përgjigje, ndërsa (36%) e të tjerëve janë përgjigjur që në Republikën e Maqedonisë së Veriut ekzistojnë strategji komunikimi në institucionet shtetërore 18 % konsiderojnë që në Republikën e Maqedonisë së Veriut nuk ekzistojnë.

Në shkallën prej 1 (nuk pajtohem) deri në 5 (pajtohem plotësisht), në deklaratën si vijon: **"Rëndësia e imazhit të Republikës së Maqedonisë së Veriut në arenën ndërkombëtare për procesin e saj të integritimit në Bashkimin Evropian është thelbësore"**, 64% e të anketuarëve pajtohen plotësisht, 22 % pajtohen dh 12 % pajtohen pjesërisht.

Në kuadër të deklaratës –**"Komunikimi diplomatik i Republikës së Maqedonisë së Veriut, përmes krijimit të një imazhi pozitiv, përfaqësimit të suksesshëm në media, art, kulturë dhe sport, ka një ndikim thelbësor në procesin e integritimit të vendit"**, 32% e të anketuarve pjesërisht pajtohen, 30%, a 26% plotësisht pajtohen. Me këtë vërtetohet që Komunikimi publik, në Republikës së Maqedonisë së Veriut nëpërmjet krijimit të imazhit publik, përfaqësimit të suksesshëm në media, art, kulturë, sport luan një rol të rëndësishëm në procesin e integritimit.

"Subjektet politike shqiptare kanë një rol aktiv në pjesëmarrjen në formimin e opinionit publik në median e shtetit" 48% plotësisht pajtohen me këtë deklaratë, 32% pajtohen dhe 14% pjesërisht nuk pajtohen.

Si një nga strategjitë e temës për ndikimin dhe rëndësinë e procesit të komunikimit ku përfshihen të gjitha llojet e komunikimit, në integritet e Bashkimit Evropian ngritet pikërisht edhe çështja se **"Para se të ndjekin qëllimin e tyre për të anëtarësuar në Bashkimin Evropian, popujt e Republikës së Maqedonisë së Veriut duhet të përballojnë dallimet e tyre të kaluara duke përdorur dialogun ndërkulturor mes tyre"**, Nga të anketuarit 12% nuk pajtohen dhe nuk konsiderojnë se kjo strategji është e suksesshme, ndërsa pjesëmarrësit e tjerë pajtohen me këtë deklaratë. 54% e të anketuarëve pajtohen me atë se **"Njohja e kulturës së tjetrit, e përforcon rëndësinë e komunikimit në krijimin e opinionit publik pozitiv të RMV-së drejt integritimit Evropian"**, 24% pajtohen dhe 14% pajtohen pjesërisht. Për atë se **"Komunikimi diplomatik si pjesë e procesit të komunikimit kultivohet me integritet përmes artit, kulturës dhe trashëgimisë së përbashkët në RMV"** gjatë përcaktimit për pajtueshmëri të kësaj deklarate një pjesë e madhe e të anketuarve plotësisht pajtohen (36%) e të anketuarve pjesërisht pajtohen, ndërsa sipas përqindjes në vend të dytë (24%) e të anketuarve nuk pajtohen.

"Gjinia (femër/mashkull) ndikon në zbatimin e suksesshëm të përfaqësimit në fushën e Komunikimit për integritetin e Republikës e Maqedonisë në BE". Të anketuarit në një masë të madhe nuk pajtohen me atë se gjinia mund të ketë ndikim (48%), mirëpo përsëri në vend të dytë janë atë të cilët pajtohen me këtë deklaratë (26%), që edhe njëherë e vërteton ekzistencën e stereotipave për përfaqësim të mirë dhe të keq në raport me gjininë dhe ekzistencën e një diskriminimi të tillë. **"Trashëgimia e kulturore e nacionaliteteve në Republikën e Maqedonisë një pasqyrim i çmuar i diversitetit kulturor të Evropës së sotshme?"**. Në këtë përgjigje 100% janë përgjigjur me PO dhe e vërtetojnë deklaratën se trashëgimia kulturore është një asset shumë i

rëndësishëm i diplomacisë publike të një vendi, në rastin konkret R.M dhe paraqet një parqyrim të diversitetit kulturor. **“Respektimi i diversitetit dhe dialogu kulturor, binomi që garanton pajtueshmëri të përhershme në mes nacionaliteteve të ndryshme në RMV?”** Deklarata tregon 64% pajtueshmëri të plotë të të anketuarëve, 17 % pjesërisht pajtohen 12 % pajtohen. **“A ofrojnë institucionet kulturore të RMV-së mundësi të barabarta për njohje të kulturave të popujve të ndryshëm”** 83% janë përgjigjur me PO ndërsa, a 18% cjanë përgjigjur me JO. Në raport me pyetjen e fundit e cila lidhet më konkretisht me temën që po e hulumtojmë **“Përzgjidhni një nga përgjigjet e mëposhtme të cilat sipas jush do të reflektonin një komunikim të fortë të RMV”**. Mendohet zgjidhja e çështjes së emrit të vendit me 40%, ka pasur një ndikim shumë të madh, dhe aspekti i komunikimit që është zhvilluar sa i përket këtij konteksti, duke theksuar pjesën e ndërmjetësimit si pjesë përbërëse e shkencës së komunikimit ndërsa në vend të dytë është fillimi i negociatave për anëtarësim në BE, 38%, në vend të tretë me 10% të të anketuarve merren me krijimi i një imazhi pozitiv në rajon.

Gjetjet nga pyetëtori i realizuar rreth impaktit të komunikimit diplomatik në institucionet shtetërore dhe rëndësia e tij në procesin e integritimeve në BE

Ky punim ka për qëllim të theksojë rëndësinë dhe rolin e komunikimit në kontekstin e shteteve të vogla që po përballen me tranzicionin dhe aspiratat për të anëtarësuar në strukturat euroatlantike. Ne kemi zgjedhur të përdorim konceptin e 'soft power' ose fuqisë së butë në diplomacinë publike për të arritur qëllimet tona të specifikuar në kontekstin e integritimeve evropiane. Për të përcaktuar se sa efektive mund të jenë këto përpjekje, kemi shfrytëzuar një gamë të gjerë metodash, teorish dhe principeve të komunikimit.

Për të kuptuar nivelin e njohurive dhe rëndësinë e komunikimit, kemi kryer një sondazh në të cilin pjesa e përgjigjeve ishin të ndryshme, por ka treguar interes të konsiderueshëm për këtë fushë. Gjithashtu, është evidentuar se diplomacia publike luan një rol të rëndësishëm në promovimin e një vendi në nivelin ndërkombëtar përmes mediave, artit, kulturës, dhe sportit.

Megjithatë, çdo përpjekje e tillë mund të ketë pasojat e veta, siç tregoi projekti "Shkupi 2014", dhe kjo tregon se implementimi i këtyre strategjive duhet të bëhet me kujdes dhe profesionalizëm. Në përfundim, ky hulumtim konfirmon se roli i komunikimit është i thelbësuar për arritjen e qëllimeve të vendit dhe suksesin e tij në procesin e integritimit në strukturat euroatlantike.

KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

Në periudhën e globalizimit dhe integritimin rajonal, dhe sidomos në erën e teknologjisë informative dhe qarkullimit të larmishëm të informacionit dhe individëve, hapësira dhe roli i publikut ka rritur ndjeshëm në marrëdhëniet ndërkombëtare, veçanërisht në diplomacinë publike. Prandaj, komunikimi, si proces, dhe llojet dhe strategjitë e tij kanë mundësi dhe duhet të kenë një ndikim më të thellë në proceset e integritimit dhe globalizimit në rajon, duke ndikuar në marrëdhëniet:

1. Ndërmjet qeverive.
2. Ndërmjet shteteve.
3. Ndërmjet popullit dhe popullit.
4. Ndërmjet qeverisë dhe opinionit publik të një shteti tjetër.
5. Ndërmjet opinionit publik të një shteti dhe opinionit publik të një shteti tjetër.

6. Ndërmjet opinionit publik të një shteti dhe qeverisë së një shteti tjetër.

Përfshirja e drejtpërdrejtë, realizimi i një sondazi në terren dhe mundësia për të vërtetuar ndikimin, rëndësinë dhe rolin e komunikimit, veçanërisht në institucionet shtetërore, përfshirë këtu qasjen tonë studimore në administratën publike dhe krijimin e opinionit publik, ka konfirmuar tezën se komunikimi është një mjet kyç për krijimin e imazhit të një vendi në skenën ndërkombëtare, veçanërisht në kontekstin e integriteteve evropiane. Ndërsa mbulimi mediatik për Maqedoninë është më i veçantë dhe ka një interes të lartë nga mediat e huaja, ky proces është më i vështirë për vendet e tjera të rajonit për shkak të sfidave të tyre të veçanta, përfshirë çështjen e emrit dhe çështjet e tjera të pazgjidhura me BE-në. Përmbushja e qëllimeve të Maqedonisë në përmirësimin e imazhit të saj është sfiduese për shkak të sfidave të brendshme, por është e rëndësishme që shteti të punojë në një strategji të qartë dhe të mirë organizuar për këtë qëllim. Megjithatë, është e rëndësishme që përpjekjet e Maqedonisë të jenë të qëndrueshme dhe të vazhdueshme në diplomacinë publike, duke përdorur strategjitë e teknologjisë së fundit. Përveç kësaj, qeveritë e BE-së duhet të angazhohen më shumë në promovimin e vlerave evropiane, identitetit evropian dhe bashkëpunimit në skenën ndërkombëtare, duke vepruar në unitet dhe me mirëkuptim ndërsjellë. Kjo do të ndihmojë në përfundimin e kapaciteteve të brendshme të BE-së dhe rëndësinë e saj në skenën globale."

BIBLIOGRAFIA

A.Libra

- Arndt, J. &. (2006 975–993.). *Nostalgia: Content, triggers, functions. Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975–993.
- Catsells, M. (2009, f. 194.). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Elull, J. (1973, 242-243). *Propaganda, the Formation of Men's Attitude* . NY.
- Gjuraj, T. (2013, May 25). Analize-“Diplomacia publike shqiptare dhe imazhi i vendit” botuar ne Gazetën Ora News, 2013. *Gazeta Ora News*, fv. 50-62.
- Goffman. (2011/12). *the Self and Interaction* . Sage.
- Ian Manners. (2018). Normative Power for Europe: A Contradiction in Terms? *Journal of Common Market Studies*, vol 40, no.2, f.244-245.
- James, C. (1989). *Cultural Approach to Communication. Communication as Culture. Essays on Media and Society* . Unwin Human .
- Joseph S.Nye, J. (2008 f.95). “*Public Diplomacy and Soft Power*”, in: *Public Diplomacy in a Changing World, Annals of the American Academy of Political and Social Science-*, Inc.Vol.616, (Mar.,2008),f.95. Sage Publications Inc.Vol.616,.
- Kunczik. (1997 f. 3.). *Images of Nations and International Public Relations*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates-Publishers Mahwah.
- Laroche, Mendez, Cleveland. (2015 100-101). *Globalization, Identity, Culture and Consumer Behavior: A Cross-Cultural Study of Chilean and Canadian Consumers*.
- Melissen, J. (2005 f.11.). *New public diplomacy: soft power in international relations*. NY: Palgrave Macmillan.
- (2005). *MEMORANDUM TO THE COMMISSION*. Towards the e-Commission: Implementation.
- (2000: 12). *Poslovna Administracija*. Belgrade.
- Progres raporti për strategjinë e komunikimit për zgjerim . (2002).
- Rein, I. K. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. The Free Press.
- Rein, I., Kotler, P., & Haider, D. . (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. The Free Press.
- Skoko. (2009 23). *Drzava kao brend. Upravljanje nacionalnim identitetom*. Zagreb Croatia: Matica Croatia.
- Strategjia e komisionit për komunitete evropiane për komunikim të BE-së . (2002, 12).
- Sue Owen, (. R. (2008, f.2). *Cultural Studies* . Palgrave MacMillian.
- Wally Olins. (2005.F.178. 169-179). 65. *Making a National Brand, në: Jan Melissen, New public diplomacy: Soft power in internacional relations*. Palgrave Macmillan.

B. BURIME ELEKTRONIKE

I. (Akte normative, raporte dhe artikuj shkrime në platforma *online*)

1. Progres Raporti i Republikës së Maqedonisë nga BE për vitin 2022 qasur më 11.01.2023 http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2015/20151110_report_the_former_yugoslav_republic_of_macedonia.pdf
2. Besimi F, (2014) “Perspektiva evropiane e Maqedonisë gjeneratori kryesor i reformave” qasur më: 11.01.2023 <http://www.tetovasot.com/2014/12/besimi-perspektiva-evropiane-e-maqedonise-gjeneratori-kryesor-i-reformave/>
3. Duke S. 2013, “Përdorimi i Ditës Ndërkombëtare të Grave për të luftuar dhunën kundër grave” qasur më: 11.01.2023 http://eas.europa.eu/top_stories/2013/080313_womensday_en.htm
4. Oliver N. 2009, “Puntori për BE-SHBA mbi depozitat e Bibliotekave” qasur më: 11.01.2023 <http://www.eurunion.org/eu/Content-Items/EU-US-Depository-Librarians-Workshop-July-29-2009-Brussels-Luxembourg-Washington-Video-Downloads.html>
5. Muratovski Gj, 2013 “The use of built environments in the formation and change of nacional identities the case of Macedonia and Skopje 2014”, qasur më: 11.01.2023 <http://www.postcolonial-europe.eu/attitudes/154-the-use-of-built-environments-in-the-formation-and-change-of-national-identities-the-case-of-macedonia-and-skopje-2014.html>
6. Tudzarovska E. 2015 “EU Public Diplomacy in 21 century: challenges and perspectives” qasur më: 11.01.2023 <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09592290108406201>
7. Toska D, Gazeta Kurir, 2013. “Lobimi si mekanizëm i rëndësishëm i ndikimit diplomatik” qasur më: 11.01.2023 <http://sq.kurir.mk/maqedoni/intervista/18224-lobimi-si-mekanizem-i-rendesishem-i-ndikimit-diplomatik>
8. Gazeta Telegrafi 2010 “Lobim për çështjen e emrit të Maqedonisë”, qasur më: 11.01.2023 <http://www.telegrafi.com/lajme/lobim-per-ceshtjen-e-emrit-te-maqedonise-3-7492.htm>

II. (Uebfaqe zyrtare)

1. Faqja zyrtare e Departamentit të shtetit të SHBA-ve, Sekretariati për marrëdhënie me jashtë, qasur më: 11.01.2023 <http://www.state.gov/>
http://www.nato.int/cps/en/natolive/topics_69275.htm?
2. Faqja zyrtare e Delegacioni i Bashkimit Evropian në RMV-së, qasur më: 11.01.2023 http://eas.europa.eu/delegations/the_former_yugoslav_republic_of_macedonia/projects/overview/index_sq.htm
3. Faqja zyrtare e Ministrisë për punë të jashtme e RMV-së, 2015 qasur më 11.01.2023 <http://www.mfa.gov.mk/?q=nadvoresna-politika/ekonomska-diplomatija>.
4. Faqja zyrtare e Agjensionit për investime të jashtme i Republikës së Maqedonisë së RMV-së, Qasur më: 11.01.2023 www.investmacedonia.com