


International Conference for
Student Researchers:

Communication in the Age of AI:

Transformations, Politics, and Society



Organizer:

AAB College 

In partnership with:

Department of Journalism and Communication, University of Tirana
Faculty of Mass media Communication, University of SS. Cyrila and Methodius, Trnava
Algebra Bernays University, Zagreb
Communication Institute of Greece, Athens

International Conference for Student Researchers:

Communication in the Age of AI: Transformations, Politics, and Society

Organizer:

AAB College

In partnership with:

Department of Journalism and Communication, University of Tirana
Faculty of Mass media Communication, University of SS. Cyrila and
Methodius, Trnava
Algebra Bernays University, Zagreb
Communication Institute of Greece, Athens

Advertorial

Technology and artificial intelligence (AI), in the contemporary era of digital transformation, have fundamentally reshaped the ways in which communication is produced, mediated, and experienced across multiple domains. Media, marketing, education, political communication, public communication, and the broader economy have undergone an accelerated migration to digital platforms, giving rise to new forms of interaction, representation, and power (van Dijck et al., 2018). Within this evolving landscape, the media environment represents a critical moment of transformation, marked by the emergence of AI as a non-human communication actor that expands content production, enhances data analysis, and reconfigures relationships with audiences (Dodds et al., 2025). In marketing and economics, AI has driven a transition toward data-driven, automated, and highly personalized communication systems, significantly influencing strategic decision-making processes and increasing market efficiency (Chintalapati & Pandey, 2021). At the same time, AI enables organizations to analyze consumer behavior, optimize operations, and generate competitive advantage in an increasingly complex and dynamic environment (Verma et al., 2021). These developments raise critical questions for strategic communication and public relations, particularly regarding the possibility and limits of building meaningful relationships through artificial intelligence (Oh & Ki, 2024).

In education, AI is transforming teaching and learning processes through personalized learning systems, intelligent tutoring, and automated assessment, enhancing both student performance and educational experiences (Wang et al., 2024). Consequently, the development of

competencies such as AI literacy and prompt engineering has become essential for enabling critical, informed, and effective engagement with intelligent technologies (Knoth et al., 2024). At the same time, there is a growing need to critically examine these transformations in order to avoid both uncritical technological optimism and narratives of technological control and concentration of power (Popenici et al., 2025).

In political and public communication, AI is reshaping how political actors and institutions construct narratives, target audiences, and influence public perception. In an era characterized by digital propaganda, viral memes, and deepfakes, communication is increasingly mediated through algorithmic systems that privilege visibility, speed, and emotional resonance. In the so-called post-truth context, individuals are more likely to rely on beliefs and emotions than on factual information (d'Ancona, 2017), while advanced communication strategies and data-driven targeting raise significant concerns regarding manipulation, misinformation, and democratic integrity (Vaccari & Valeriani, 2021; Marichal, 2012).

Taken together, these transformations reflect a profound structural shift that requires interdisciplinary approaches to fully understand the social, economic, ethical, and democratic implications of AI-driven communication.

Conference Aim

This conference seeks to bring together scholars, practitioners, master's students, doctoral candidates, and early-career researchers to explore the transformative impact of artificial intelligence on communication and related fields. The event will be held online and free of charge, aiming to foster an interdisciplinary space for critical discussion, knowledge exchange, and collaborative reflection on emerging trends and challenges.

Suggested Topics (including but not limited to):

AI and the Transformation of Communication

- The role of AI as a communication actor
- Automation of media content production
- Human-machine interaction in communication processes
- Digital media, platforms, and platformization
- Journalism and public relations in the age of AI
- Digital ecosystems and their societal impact
- Algorithmic governance of information dissemination.

AI in Marketing and Economics

- Data-driven marketing and analytics
- Personalization and consumer behavior
- Automation and strategic decision-making
- Strategic communication and public relations
- Relationship-building through AI

- Ethics, trust, and transparency in automated communication
- AI in branding and reputation management.

AI in Education

- Personalized learning environments and intelligent tutors
- Automated assessment and feedback systems
- AI literacy and digital competencies
- Human–AI interaction in educational settings.

Political and Public Communication in the Age of AI

- Digital propaganda and disinformation
- Deepfakes, memes, and visual political communication
- Post-truth dynamics and public perception
- Algorithmic influence on political engagement.

Ethics, Regulation, and Social Implications

- Risks of manipulation, bias, and control
- Governance and regulation of AI technologies
- Balancing innovation with ethical responsibility
- Transparency and accountability in AI systems.

Interdisciplinary Approaches to AI

- Social, economic, and democratic implications of AI
- Cross-disciplinary collaboration and research
- Critical perspectives on technology and society.

Scientific Committee:

Prof. Assist. Dr. Dejan Gluvačević, Algebra Bernays University, Croatia

Prof. Assoc. Dr. Margarita Kefalaki, Communication Institute of Greece, Athens

Prof. Assoc. Dr. Elvin Luku, University of Tirana, Albania

Prof. Assoc. Dr. Hasan Saliu, AAB College, Kosovo

Prof. Assoc. Dr. Ľudmila Čábyová, Faculty of Massmedia Communication, Trnava, Slovakia

Prof. Assist. Dr. Gazmend Abrashi, AAB College, Kosovo

Prof. Assist. Dr. Bujar Tafa, AAB College, Kosovo

Prof. Ass. Dr. Xhavit Islami, AAB College, Kosovo

Prof. Assist. Dr. Mimoza Kamberi, AAB College, Kosovo

Prof. Assist. Dr. Vrullim Buja, AAB College, Kosovo

Prof. Assist. Dr. Aida Alla, AAB College, Kosovo

Organizing Committee

Hasan Saliu, AAB College

Gazmend Abrashi, AAB College

Elvin Luku, University of Tirana

Vrullim Buja, AAB College

This page intentionally left blank.

Artificial Intelligence, Deepfakes, and the Future of Political Communication

Dr. Daniele Battista,

University of Salerno, Italy

e-mail: dbattista@unisa.it

Arthur Gugliucciello,

University of Salerno, Italy

e-mail: arthurasgugliucciello@mail.com

Abstract

The rapid developments in artificial intelligence (AI) are significantly reshaping the contemporary technological landscape, bringing about a major shift also in the various processes devoted to the production, dissemination, and consumption of the broad political sphere (Marwala, 2023). Among the most controversial issues arising from these transformations are deepfakes, audiovisual content generated or manipulated through deep learning algorithms, capable of reproducing with high realism the faces, voices, and behaviours of real individuals. While this technology may find legitimate applications in creative, educational, or communicative contexts, it also represents a growing threat to democratic transparency and the integrity of electoral processes (Battista, 2024). Within the context of political communication, deepfakes can in fact be used to spread disinformation, discredit candidates, alter public debate, and influence voters' perceptions, thereby fuelling distrust toward the media, institutions, and official sources (Chesney & Citron, 2019). Their effectiveness lies in their ability to exploit both the speed of digital communication and the difficulty for the public to distinguish authentic content from artificially manipulated material (Vaccari & Chadwick, 2020). This contribution analyses the relationship between AI and political communication, with particular attention to the role of deepfakes as a tool of narrative manipulation and democratic interference. The objective is to understand to what extent such technologies may undermine the quality of public discourse, and which tools may be adopted to limit their harmful effects. From this perspective, the research also reflects on the responsibility of digital platforms, the need for automated verification systems, and the urgency of promoting widespread media literacy.

Keywords: Artificial Intelligence; Political Communication; Deepfakes; Social Media; Manipulation

Artificial Intelligence, Myth, and the Return of Fate in Communication

Dr. Fallen Matthews

Atlantic School of Theology, Canada

fallen.matthews@astheology.ns.ca

Abstract

Artificial intelligence is often framed as a technical or ethical problem; however, its communicative function remains underexamined. This paper explores AI as a myth-making system that reshapes how meaning, authority, and prediction are communicated. It aims to demonstrate how AI-generated outputs are received as authoritative and predictive, echoing mythic structures of oracle, prophecy, and fate. Drawing on media theory and philosophical approaches to narrative and temporality, the study analyzes how AI-mediated communication obscures authorship while producing coherent and seemingly inevitable narratives. It finds that AI systems do not merely generate information but organize perception through repetition, circulation, and affective resonance, encouraging users to interpret outputs as neutral or prefigured. As a result, AI reintroduces a sense of narrative inevitability into communicative life, subtly displacing human agency. The paper concludes that understanding AI as a mythic communicative apparatus offers a critical framework for examining power, authorship, and decision-making in contemporary media environments, particularly in relation to how individuals interpret and act upon algorithmically generated knowledge.

Keywords: artificial intelligence, mythic structures, narrative authority, temporality, algorithmic governance, media theory

City as Text (2026): Longitudinal Sentiment Analysis

Edward Wells, MFA

Doctoral Researcher, Humanities, School of Humanities and Social
Sciences,

University of Brighton, England

Instructor, University of the People, USA

e-mail: E.Wells2@brighton.ac.uk

Abstract

The "City as Text" project is a creative-practice based initiative exploring cities and artificial intelligence models as sites of engagement between human experience and constructed systems. This year's iteration introduces a sentiment analysis methodology applied to poetic stanzas generated by Claude.AI in response to longitudinal urban photography. The photographs, captured across three cities over a three-year period—including concurrent and recurring photographing of sites—form the basis of the prompts for the AI's generative output. The primary objective of this presentation is to share this novel approach and some of its output and analysis, specifically highlighting significant variances in the sentiment data associated with Tampa, Florida, in comparison to other urban datasets. By presenting these observed differences, the study probes how algorithmic models "read" and emotionally map distinct urban environments. The session welcomes critical discussion regarding methodological limitations and refinements, while offering open access to the current data set. Finally, it extends an invitation for collaborative expansion in 2026, seeking to integrate participant engagement and new city photography. This research aims to foster dialogue on the evolving relationship between human observers, AI agents, and cities as text.

Keywords: City as Text, sentiment analysis, AI poetics, urban systems, creative-practice research, Tampa.

Artificial Intelligence, Disinformation and Trust in Military Institutional Communication

PhD Student, Cezara-Mihaela MÎNDRESCU

Faculty of Journalism and Communication Studies, University of Bucharest,
Romania

e-mail: cezaramindrescu@fjsc.ro

Abstract

The development of artificial intelligence has changed the way information is produced, distributed, and perceived in the public sphere. For public institutions, this transformation has presented a clear challenge: maintaining credibility in an environment where false content can be easily generated and disseminated. In this regard, this paper analyzes how Romania's Ministry of National Defense (MAPN) addresses the topic of artificial intelligence in its discourse, from the perspective of managing credibility and institutional perception in a changing information environment. The study is based on a mix of qualitative methods, using both content analysis (to identify themes and communication patterns) and discourse analysis (to interpret how artificial intelligence is constructed and positioned in institutional discourse). The corpus consists of posts published by the Romanian Ministry of National Defense on Facebook and Instagram between May 2025 and May 2026. The results suggest that references to AI in the Ministry's communication appear within a predominantly defensive framework, with the institution using these references primarily to flag false content, but also to intervene in clarifying information in the public sphere. In this process, the Ministry of National Defense is establishing itself as a responsible institutional actor, focused on maintaining public trust.

Keywords: AI, institutional communication, military communication, social media

The Algorithmic Interlocutor: AI as a Non-Human Actor in Democratic Communication

Dr. Sanjeev Ratna Singh

Sai University, Chennai, India

email: sanjeev.r@saiuniversity.edu.in

Dr Divya Jha

Bennett University, Greater Noida, India

e-mail: divya.jha@bennett.edu.in

Abstract

Over many years, Artificial Intelligence (AI), which was originally a passive technology, has evolved into a nonhuman communicator for people and therefore, a new participant who will significantly alter both the production and mediation of information as well as its consumption. As AI's influence continues to grow, media, politics and public discourse have been migrating toward platforms that are governed through algorithms thereby creating a disruption to traditional relationships between media gatekeepers and their audiences.

The primary focus of this paper is to examine the function of AI as a participant in democratic speech. This project uses platformization theory in conjunction with qualitative research on generative AI application in the areas of digital newsroom operations and political ecosystems. A mixed methods approach was employed. Findings indicate that AI agents contribute to the rapid generation of content and the development of highly personalized data analytics however; they create issues related to bias, lack of transparency and disproportionate allocation of power.

These systems enable the automated creation of narratives and the curating of highly individualized digital spaces by replacing the need for humans to make editorial decisions. Therefore, this research argues that there is an urgent need for educational innovation to treat AI as a structural participant in the public sphere. Specifically, we require new structures or frameworks for teaching students about algorithmic media literacy and ethical platform governance so that we can safeguard democratic communication. Ultimately, as AI produces increased amounts of visibility, agency and discourse within the public sphere, it is incumbent upon citizens to investigate, understand and oppose/limit algorithmic control.

Keywords: Artificial Intelligence, Non-Human Actors, Platformization, Algorithmic Gatekeeping, Asymmetric Communication, New Media

History at Risk: User-Driven Digital Practices of Distorting the Past

Timur M. Khusyainov
Independent researcher, Russia
e-mail: timur@husyainov.ru

Abstract

In the twenty-first century, historical memory is undergoing new forms of transformation driven by the proliferation of digital platforms and user-generated content. Whereas the construction of the past was previously shaped primarily by state memory policies and traditional media, today an increasingly significant role is played by users themselves. In the context of the “post-truth” era (S. Fuller), the boundaries between knowledge, interpretation, and fabrication are becoming progressively blurred. The aim of this study is to examine the mechanisms underlying the distortion of historical narratives in the digital environment.

The study is grounded in a qualitative analysis of contemporary online practices, including AI-generated content, the editing of Wikipedia articles, and the creation of fictitious sources (for example, the generation of images of Second World War victims in place of authentic historical photographs). Particular attention is paid to cases in which “plausible” historical materials (texts, videos, audio, and images) are produced without a factual basis.

The findings indicate that the use of AI tools by users to produce pseudo-historical content contributes to the erosion of boundaries between reliable and fabricated knowledge, fosters the spread of disinformation, and undermines trust in historical scholarship as an institution of knowledge production.

Keywords: media, history, digital environment, post-truth, AI-generated content, disinformation

Beyond Instrumentalism: AI Literacy and the Reconfiguration of Language Teaching in Algorithmic Contexts

MA, Arthur Pedrosa

UERJ, Brazil, e-mail: arthur.bruno.pedrosa.ap@gmail.com

PhD, Andrea Ribeiro

UERJ, Brazil

e-mail: andrea.silva.ribeiro@uerj.br

Abstract

The increasing presence of artificial intelligence in educational environments has intensified discussions around its pedagogical potential, particularly in English as a Foreign Language (EFL) contexts. However, much of the current literature remains grounded in instrumental perspectives, emphasizing efficiency, automation, and personalization. This paper reconceptualizes AI literacy as communicative mediation, defined as the ability to critically engage with AI-mediated communication, where meaning, authorship, and agency are co-constructed across human and algorithmic actors. Drawing on critical perspectives on educational technology developed by Neil Selwyn and frameworks on AI in education advanced by Wayne Holmes, the paper examines how AI challenges traditional assumptions about language production and communicative agency in EFL contexts. Adopting a theoretical and conceptual approach, it positions language teaching within broader discussions of platformization and algorithmic mediation. The paper argues that integrating AI literacy into language education requires a shift from functional use toward critical engagement with the sociotechnical conditions under which language is produced, mediated, and interpreted. It contributes to debates on AI and communication by framing language classrooms as key sites for developing critical awareness of AI-mediated communication.

Keywords: AI literacy, EFL education, algorithmic mediation, authorship and agency, digital literacy.

Algorithmic Legitimacy and the Problem of Governing AI-Mediated Communication Without Transparency

Apala Ghosh

PhD Research Scholar

Department of International Relations, Jadavpur University, India

-e-mail: apala.ghosh@gmail.com

Abstract

The integration of artificial intelligence into contemporary communication systems is reshaping not only how information is produced and circulated, but also how authority and credibility are recognised within digital environments. Existing governance frameworks continue to prioritise transparency as the primary mechanism for ensuring accountability; however, this assumption is increasingly strained in the context of complex, opaque, and large-scale AI systems. This paper examines the limits of transparency as a regulatory ideal in AI-mediated communication and advances the concept of algorithmic legitimacy as a more context-sensitive analytical framework. Adopting a conceptual and normative approach, the study explores how legitimacy may be constructed in environments where communicative processes are shaped by systems that are not fully accessible or interpretable. It argues that transparency, while normatively desirable, is structurally insufficient to address the political and epistemic implications of AI-driven communication. The analysis points towards legitimacy-oriented governance, emphasizing outcome-based accountability, procedural oversight, and mechanisms of contestability. The paper concludes that such an approach offers a more adaptable and realistic basis for regulating AI-mediated communication in contexts where trust, authority, and public reasoning remain contested and politically consequential in practice today.

Keywords: artificial intelligence, political communication, algorithmic governance, legitimacy, transparency, digital discourse.

The Fallible Partner: The Mechanics and Limits of Relationship-Building via Generative AI

Darren Paltrowitz

Hofstra University, Long Beach Public Library, New York State

e-mail: darren.paltrowitz@gmail.com

Abstract

This study will investigate the evolving role of generative AI – specifically Large Language Models (LLMs) like Gemini and ChatGPT – as non-human actors in professional and strategic relationship-building. As users increasingly utilize features such as custom instructions, "memory" profiles, and advanced prompt engineering to simulate personalized communication, a critical tension emerges between automated efficiency and informational accuracy. This research will explore the mechanics of AI customization while highlighting the systemic fallibilities that hinder its reliability in high-stakes communication environments. Through a qualitative analysis of user-centric AI behaviors, the study identifies several "failure points": the inability of models to consistently maintain context across sessions, chronological confusion regarding real-world events, and a tendency toward "algorithmic optimism" that can result in misleadingly comforting or biased output. Furthermore, the study will address the persistent "knowledge gap" regarding up-to-the-moment information on public figures and current events. The findings will suggest that while AI offers powerful tools for personalized engagement, its lack of true informational persistence still necessitates a "custodial" human oversight to maintain the integrity of public and professional relationships.

Keywords: Generative AI, Strategic Communication, Relationship Management, Prompt Engineering, Algorithmic Fallibility, Personalization.

The impact of AI-delivered HPV vaccine messaging on perceived credibility and uptake intentions among Nigerian young adults

Mr. Habeeb Abdulrauf

Western Michigan University, United States

e- mail: habeeb.abdulrauf@wmich.edu

Abstract

This study examines the effectiveness of AI-delivered HPV vaccine messaging among Nigerian young adults, focusing on perceived credibility, behavioral engagement, and vaccination intention. Despite the availability of effective HPV vaccines, uptake remains very low due to misinformation and limited trust in government health communication. Guided by Social Presence and Source Credibility Theory, a 2×2 factorial experiment (message source: AI vs. government \times social presence: high vs. low) with a control condition was conducted with 250 participants. Results indicate functional equivalence between AI and government sources across most cognitive outcomes, including credibility and vaccination intention. While social presence enhanced perceived interaction quality, it did not significantly influence vaccination intention. However, significant interaction effects emerged for behavioral outcomes, particularly interpersonal diffusion and digital sharing, suggesting that message effectiveness depends in part on how messages are presented across different sources. Ultimately, trust in government and HPV-related attitudes emerged as the strongest and most consistent predictors across outcomes. These findings suggest that the effectiveness of AI-mediated health communication is shaped more by audience-level trust and pre-existing attitudes than by the message source alone, highlighting the potential of AI systems as credible and scalable tools for public health communication.

Keywords: artificial intelligence, health communication, social presence, trust, HPV vaccination, human–AI interaction

Responsible Use of ChatGPT in Sustainable Higher Education: A Narrative Review Aligned with SDG 4

Hamda Abdul Razack

MSc. Corporate Psychology, Yenepoya deemed to be University Bangalore,
Karnataka, India

e-mail: hamdarazack24@gmail.com

Abstract

Introduction: The rapid integration of ChatGPT into higher education presents transformative opportunities alongside critical challenges related to academic integrity, equity, and ethical governance. Aligning its responsible use with Sustainable Development Goal 4 (SDG 4) inclusive and equitable quality education is essential for sustainable educational systems. **Objectives:** This narrative review examines the applications, benefits, and risks of ChatGPT in higher education, with emphasis on its contribution toward sustainable and inclusive educational practices.

Methods: Literature was retrieved from Google Scholar, Scopus, Web of Science, and policy repositories using relevant keywords. Peer-reviewed articles, conceptual analyses, and policy reports published between 2022 and 2025 were included and analyzed thematically.

Results: ChatGPT demonstrates significant potential in personalized learning, feedback generation, academic writing support, and research guidance. However, concerns regarding academic dishonesty, algorithmic bias, data privacy, digital inequity, and inadequate institutional policy frameworks were consistently identified.

Conclusion: When implemented with clear institutional guidelines, ethical oversight, and digital literacy frameworks, ChatGPT can meaningfully advance SDG 4. Responsible integration remains critical to achieving equitable, ethical, and sustainable educational outcomes.

Keywords: ChatGPT in higher education; generative artificial intelligence; responsible AI use; sustainable education; SDG 4;

The Work of Writing in the Age of LLM Generation

Muhammed Berkehan Kalkandelen

Bilkent University, Turkey

e-mail: berkehan@bilkent.edu.tr

Abstract

Communicative AI, especially in the form of Large Language Models (LLMs), challenges traditional concepts related to our communicative practices as they permeate our everyday life. Adopting a phenomenological and media-theoretical approach, this study explores how integrating LLMs (such as ChatGPT, Gemini, and Claude) into writing practices reconfigures the intrinsic human craft of writing and investigates how students, as everyday writers, communicate with LLMs and integrate them into their academic writing practices to acquire a nuanced understanding of the interaction that unfolds between humans and machines.

Methodologically, the qualitative study utilizes semi-structured, in-depth interviews with a sample of 25 university students from diverse disciplines, mainly centered around Social Sciences and Humanities, along with a scroll-back method, which analyzes participants' LLM chat histories during the process of writing to understand the specific interaction. The results will be evaluated through the proposed concept "memory of writing" to put forward how human-machine interactions and this new form of writing with LLMs fundamentally change the future of writing.

Keywords: Writing, Large Language Models (LLMs), Communicative AI, Human-Machine Communication (HMC), Memory of Writing.

Public Perception Of AI-Generated Journalism And Its Impact on Media Trust

Hoimawati Talukdar

Media Studies, School of Social Sciences, CHRIST (Deemed to be)

University,

Delhi NCR, India

e-mail: hoimawati@gmail.com

Abstract

The ubiquitous use of Artificial Intelligence systems in our everyday practice, more particularly in newsroom discourses through varied applications, services, and products, embodies the importance of trust and distrust in AI from the perception of the public. This necessitates the conceptualization of trust in various types of human-machine interaction and its influence on the acceptance rate in various domains, including newsroom practices. The study aims to understand the level of public trust and distrust in the usage of generative AI tools in news media and everyday life. Trust and distrust in AI serve as controlling units, significantly regulating the level of diffusion, as trust has the capacity to increase, and distrust may reduce the rate of adoption of AI by the public. The study rests on the Human-Machine Teaming framework that rests on how humans align with mechanical experience in terms of collaboration and communication. Using a mixed methodology, the study finds out the level of trust of the public regarding the usage of generative AI tools in their everyday lives as well as in news media from the national capital of India. The study highlights the importance of collaboration, communication, and public perception in AI-mediated newsroom practices.

Keywords: generative AI, public trust, newsroom practices, human-machine teaming, media perception.

Deepfakes and Memes in AI-Driven Political Communication in India

Simran Dua

Alliance University, India

e-mail: simrandua1112@gmail.com

Abstract

The growing integration of artificial intelligence (AI) into political communication in India has transformed the production and circulation of political content, particularly through visual forms such as deepfakes and memes. During the 2024 Lok Sabha elections, platforms such as WhatsApp, Instagram, X (formerly Twitter), and YouTube facilitated the rapid dissemination of emotionally charged and often misleading visual content across linguistically diverse audiences. This study examines how AI-generated deepfakes and political memes shape voter perception and political engagement in India. The objective is to analyze the role of synthetic visual media in enabling digital propaganda, disinformation, and affective polarization. Using a qualitative research design, the study conducts discourse analysis of viral political memes and selected deepfake videos circulated during the election period, supported by secondary data on platform usage and campaign strategies. The findings suggest that deepfakes undermine trust in audio visual evidence, while memes function as simplified, emotionally resonant narratives that enable partisan mobilization, particularly within encrypted networks like WhatsApp. The study concludes that AI-driven visual communication intensifies post-truth dynamics in India, posing significant challenges to democratic deliberation and highlighting the need for platform regulation and media literacy initiatives.

Keywords: artificial intelligence, political communication, India, deepfakes, memes, elections.

Algorithmic memory: AI, Platforms and the Reconfiguration of Amazigh Musical Heritage

Mohamed ELGHAZY

Ibn Zohr University, Agadir – Morocco
e-mail: Mohamed_elghazy5@hotmail.com

Abstract

This paper explores how artificial intelligence (AI) reshapes the circulation and the preservation of the Amazigh musical heritage through what can be termed as algorithmic memory. Grounded in research on Amazigh music as a site of cultural memory, identity and transmission, the study examines how AI-driven platforms mediates the visibility and meaning of musical practices historically rooted in oral and common contexts. While digital infrastructures enable unprecedented access and dissemination, they also reorganize cultural memory through opaque algorithmic logics that privilege certain forms, aesthetics, and languages over others. As a result, Amazigh musical expression is not simply distributed, but selectively amplified, categorized and decontextualized. This raises critical questions about the transformation of memory from embodied, place-based practice into platform-dependent representation. Drawing from memory studies and critical algorithm studies, this paper argues that AI systems function as active agents in the production of cultural memory, shaping not only what is remembered, but how it is remembered and by whom. By situating Amazigh music within broader debates on AI, communication, and cultural politics, this study highlights the tension between preservation and transformation in the age of algorithmic mediation, and calls for more critically informed and culturally responsive approaches to digital heritage.

Keywords: Algorithmic memory, Artificial Intelligence, Amazigh music, cultural memory and heritage.

The Quiet Algorithm: How Generative AI Reshapes Trust in Political Journalism

Tooba Farooq

Institution: International Islamic University Pakistan

e-mail: tooba.cheema91@gmail.com

Abstract

The integration of generative artificial intelligence into political journalism is often discussed in terms of efficiency and personalization. However, less attention has been paid to how this technology quietly reshapes the fundamental trust between newsrooms and their audiences. This study explores how the automated production of political content alters public perceptions of credibility, authorship, and transparency. Drawing on a qualitative analysis of recent cases where AI generated political news summaries and opinion pieces, I argue that the absence of disclosed human authorship creates a transparency gap that deepens existing post truth vulnerabilities. The research focuses on three areas: the reader's ability to detect AI generated content, the ethical responsibilities of media organizations to disclose automation, and the potential for algorithmic bias to reinforce political polarization. Preliminary findings suggest that while younger audiences show greater tolerance for AI produced news, all demographic groups express significant concern over lack of accountability when errors or misinformation occur. The study concludes that rebuilding trust in the age of AI journalism will require not better algorithms but clearer human oversight and mandatory disclosure standards.

Keywords: generative AI, political journalism, political communication, trust, transparency, post truth, media ethics.

Can Christians put faith in AI chatbots? An ethnography on Indonesian Christians' use of chatbots to produce authentic devotion

Michelle Anindya

University of Indonesia, Indonesia

e-mail: michelle.anindya@ui.ac.id

Abstract

This research explores how Protestant Christians in Indonesia use AI chatbots in their everyday religious practices. Protestants have historically embraced new technologies, from the printing press to social media, as tools for evangelism, and many now view AI similarly: as a gift from God to spread the gospel. Despite having the awareness towards chatbot's tendency to hallucinate, Indonesian Christians use chatbots for Bible study, creating personalized worship songs, counseling, and sermon writing.

The study took an ethnographic approach, mostly by in-depth interviews and observing a Christian Whatsapp community advocating for the use of AI. Webb Keane's concept on religious language is a useful framework as it argues how people use distinctive language to communicate with the Divine. It also furthers the notion of intentionality and authority in the context of communication with an invisible presence. Drawing from this framework, I will explore how Indonesian Christians use chatbot to assist them in what they consider to be authentic devotions. This directly correlates to the conference's theme on AI as a communication actor.

Keywords: large language models, human-machine interactions, sociotechnical system, biblical teaching, religious community.

Chat-CEO: Deepfake Technology and Corporate Fraud

Jason Potel

e-mail: jasonpotel@gmail.com

Abstract

This paper examines the recent influx of corporate fraud using deepfake technology. These attacks include using AI to alter one's audiovisual likeness to defraud companies, with culprits successfully stealing as much as \$25 million. Using a collection of international case studies, the paper maps the exponential rise of AI white collar crime and the popularization of deepfake-as-a-Service platforms, all coinciding with a systemic neglect from companies to develop safeguards. The recent development of video generation models capable of reproducing even the most subtle motions has made it possible to seamlessly map dynamic gestures onto new avatars. In the last year, North Korea has increasingly deployed AI deepfake technology to apply for entry-level positions, allowing them to infiltrate western corporations and siphon off funds for weapons-manufacture. The paper subsequently considers U.S. policies (e.g. the FTC's Impersonation Rule and the No Fakes Act) and congressional bills (e.g. AI Scam Prevention Act and the AI Fraud Accountability Act) designed to mitigate this threat. In experimental trials, both people and machines detect AI less than half of the time but differ in strengths. Thus, the paper ends by advocating for a hybrid approach to countermeasures.

Keywords: AI, deepfake technology, AI Scam Prevention Act, AI Fraud Accountability Act.

The Use of Artificial Intelligence in Inclusive Education in Kosovo

Rifat Gashi

AAB College, Kosovo

e-mail: rifat.gashi@universitetiaab.com

Abstract

The integration of artificial intelligence (AI) in education is reshaping pedagogical approaches and creating new opportunities for the development of inclusive education. This study aims to analyze the potential and challenges of using AI to support students with special needs in pre-university education in Kosovo. The methodology combines a review of contemporary literature with an empirical approach through a structured questionnaire administered to teachers and students in the field of education. The study aims to identify the level of awareness of AI, the extent of the use of digital tools, and perceptions regarding their effectiveness in promoting student inclusion. The expected findings indicate that, although there is significant potential for personalized learning and individualized support, the implementation of AI remains limited due to a lack of professional training, insufficient infrastructure, and the absence of clear institutional guidelines. The study concludes that the effective integration of AI in inclusive education in Kosovo requires a systematic approach that combines technological innovation with pedagogical and ethical considerations.

Keywords: Artificial Intelligence; Inclusive Education; Personalized Learning; Educational Technology; Teaching; Kosovo.

Cultural References in Translation: Challenges and Strategies

Nora Palushi & Dardan Kajtazi

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: nora2.palushi@universitetiaab.com

e-mail: dardan.kajtazaj@universitetiaab.com

Abstract

This research examines the challenges and strategies involved in translating cultural references from Albanian into English. The study focuses on how language carries not only meaning, but also cultural identity, traditions, emotions, and historical context. Through a qualitative comparative analysis, the research explores the ways translators deal with culture-specific elements such as idiomatic expressions, traditional food terminology, and historically rooted concepts. The analysis is based on selected examples taken from everyday language, media, and literary expressions. The study applies major translation theories, including Eugene Nida's Dynamic Equivalence and Lawrence Venuti's concepts of domestication and foreignization, to explain translators' decisions when adapting cultural references for international audiences. The findings demonstrate that translators frequently use strategies such as adaptation, equivalence, borrowing, and explanation to achieve clarity and accessibility in the target language. However, the study also reveals that certain cultural concepts cannot be fully translated because they are deeply connected to the historical and social realities of Albanian culture. As a result, some emotional and cultural nuances are inevitably reduced during the translation process. The research concludes that translation functions not only as a linguistic activity, but also as a form of intercultural communication in which the translator acts as a mediator between cultures. **Keywords:** cultural references, translation strategies, equivalence, domestication, foreignization, intercultural communication.

A translation analysis of three Disney songs from English into Albanian: Strategies, equivalence, and the loss-gain trade-off

Kosovare Krasniqi & Besianë Beqiri

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: Kosovare2.krasniqi@universitetiaab.com

e-mail: Besiane2.beqiri@universitetiaab.com

Abstract

This study presents a comparative analysis of three Disney songs translated from English into Albanian, examining the procedures, strategies, and trade-offs that emerge when popular animated-film songs cross between the two languages. Drawing on Vinay and Darbelnet's seven translation procedures and Venuti's distinction between domestication and foreignisation, the study compares the English source lyrics with their Albanian renderings line by line. The findings show that Albanian translators consistently favour dynamic equivalence over literal fidelity, prioritizing rhyme, rhythm, and emotional impact over word-for-word accuracy. Adaptation and modulation are the most frequent procedures, while domestication dominates when cultural references would otherwise feel foreign to a young Albanian audience. The study concludes that, although translating Disney songs requires substantial creative reformulation, successful renderings preserve the songs' affective core, confirming that emotional equivalence, not lexical equivalence, defines a working translation.

Keywords: contrastive analysis, translation studies, dynamic equivalence, domestication, foreignisation, Disney, Albanian, song translation

Translation of idioms in *The Old Man and the Sea*: Comparative Analysis of the English Original and Albanian Translation

Sanije Ramushi & Arbenitë Ismajli

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: sanije2.ramushi@universitetiaab.com

Abstract

The purpose of this paper is to analyze the strategies used by the translator of Ernest Hemingway's *The Old Man and the Sea* in rendering idiomatic expressions into Albanian. This study explores how idiomatic expressions, which often carry symbolic and cultural meaning, are either kept the same, changed, or reinterpreted in the Albanian translation. By comparing idioms in the English version of the novel with those in the Albanian translation *Plaku dhe Deti*, the study investigates how well the translator preserves the original tone, meaning, and literary style. Translating idioms into Albanian is difficult because it requires both accurate language and a deep understanding of culture to maintain the original meaning and feeling. The analysis is based on selected idiomatic expressions from the English text and their equivalents in the Albanian version. The goal is to understand which strategies are most effective in preserving the original message and emotional tone. The findings show that some idioms can be translated directly because they have a similar meaning in both English and Albanian. However, others need to be adapted to make sense in the target language. This highlights the important role of the translator—not just in choosing the right words, but also in ensuring that the translation sounds natural and retains the same emotion and style.

Keywords: translation strategies, idiomatic expressions, cultural meaning, *The Old Man and the Sea*, Albanian translation

The Translation of humorous wordplay in English-Albanian subtitles

Besarta Gashi & Natyra Ademi

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: natyra.ademi@universitetiaab.com

e-mail: besarte.gashi@universitetiaab.com

Abstract

Translating humor and puns in subtitles is particularly challenging because subtitles are constrained by strict time and space limitations. This study examines how English puns are translated into Albanian subtitles, focusing on whether translators preserve the original American cultural references or adapt them to Albanian culture. The research is based on Henrik Gottlieb's (1992) subtitling strategies. Different types of puns, including phonological and culture-based wordplay, were analyzed to determine the extent to which humor is preserved in translation. The findings indicate that literal translation is rarely effective when translating puns. In most cases, the original joke must be reformulated to maintain its humorous effect. Among the strategies identified, paraphrasing proved to be the most effective in preserving humor in Albanian subtitles. However, translators are often required to use condensation due to the technical constraints of subtitling, such as limited screen space and reading time. Ultimately, the successful translation of humor depends on achieving a balance between preserving the foreign cultural context and adapting the joke to the expectations of Albanian audiences.

Keywords: subtitling, humor translation, wordplay, audiovisual translation, cultural adaptation.

AI as a Linguistic Gatekeeper: Who Controls Meaning and Discourse?

Fortesë Bajčinca, PhD Candidate

SEEU, North Macedonia

e-mail: fb34251@seeu.edu.mk

Abstract

This paper investigates how meaning and discourse in digital communication are shaped by artificial intelligence acting as a language gatekeeper. It makes the case that AI systems are entrenched in social power relations rather than being neutral, and it is based on sociolinguistics and critical discourse analysis. In addition to viewpoints on algorithmic governance, the theoretical framework incorporates Pierre Bourdieu's concept of linguistic capital and Michel Foucault's concept of discourse and power.

The study uses a qualitative literature-based methodology, analyzing and synthesizing earlier research on digital communication, bias, and AI language systems. The report finds recurrent patterns, theoretical insights, and documented instances of linguistic bias and control in AI-mediated speech through a thorough analysis of the literature.

Anticipated findings indicate that AI systems have a tendency to reinforce existing disparities by favoring standardized language variants while marginalizing non-standard and minority forms. Furthermore, responsibility may be obscured by a lack of transparency in AI processes, highlighting the necessity of inclusive AI design and more robust regulatory frameworks to protect linguistic variety.

Keywords: Algorithmic Bias; AI-Mediated Discourse; Linguistic Gatekeeping; Language Standardization; Digital Language Inequality.

English Terms in the Language of Advertisement in Kosova's context: a Stylistic Analysis

Ardonike Rexhaj
Aida Alla

Faculty of Foreign Languages, AAB College
e-mail: ardonike2.rexha@universitetiaab.com
e-mail: aida.alla@universitetiaab.com

Abstract

This paper explores the use of English terms in advertising language in the Kosovar context. Advertising language often combines linguistic elements to communicate messages effectively and attract the attention of potential customers. In Kosovo, many advertisements primarily written in Albanian also incorporate English words or expressions. Accordingly, this study examines how these English terms are used and the stylistic functions they serve in advertising. The research is based on a qualitative analysis of 50 advertisements collected from public spaces and online platforms in Prishtina. The analysis focuses on the types of English terms used, their placement within advertisements, and how they interact with Albanian text. The findings reveal that English frequently appears in prominent parts of advertisements, such as slogans and promotional phrases, helping to create a sense of modernity, professionalism, and global appeal.

Keywords: Advertising language, stylistic analysis, globalization, code-mixing, persuasive language.

Comparing and contrasting word formation principles of nouns in English and Albanian in “The Old Man and the Sea” by Ernest Hemingway

Egzona Dermaku

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: egzona.dermaku@gmail.com

Abstract

This master's thesis presents a contrastive analysis of noun formation in English and Albanian based on *The Old Man and the Sea* and its Albanian translation *Plaku dhe Deti*. The study examines the main processes of noun formation, such as derivation, compounding, conversion, and borrowing, and how they are adapted in translation. Using a qualitative comparative approach, nouns from the original text are compared with their Albanian equivalents. The findings show that English relies on morphological economy through suffixation, compounding, and zero derivation, while Albanian displays greater morphological richness through derivation, inflection, and analytic constructions. Consequently, English nouns are often translated into Albanian through structural expansion or paraphrase. The study concludes that, although both languages share common word-formation principles, they differ in structural realization, requiring translation strategies that prioritize functional equivalence.

Keywords: contrastive analysis, word formation, nouns, translation, morphology.

Exploring the Integration of AI Tools in Classroom Practices: A Study on Teachers' Usage in the school "The British School of Kosovo"

Etritë Hoti

Bujar Rushiti

Faculty of Foreign Languages, AAB College

e-mail: etrite3.hoti@universitetiaab.com

e-mail: bujar.rushiti@universitetiaab.com

Abstract

This master thesis explores the integration of Artificial Intelligence (AI) tools in classroom practices within the The British School of Kosovo, focusing on how teachers and students perceive and utilize these tools. Using a mixed method approach, the study combines students' questionnaires (n=40), teacher interviews (n=21), and classroom observations (n=4) to provide a multifaceted view of AI's impact on teaching and learning. The findings show that students, mostly fifth graders, demonstrate higher confidence and engagement with AI tools compared to fourth graders. AI tools such as ChatGPT, Kahoot, Quizlet and Canva AI were the most widely used AI tools which teachers used for lesson planning, assessment, creativity and student participation. Teachers consistently described AI as time saving and an innovative tool though they also emphasized the challenges AI came with mostly related to infrastructure, subscription fees, ethical concerns etc. Observations further confirmed that AI driven lessons increased student engagement and collaboration. Both teachers and students acknowledged the need for guidance and training all to ensure appropriate and balanced AI usage. The discussion situates these findings within current literature, highlighting that successful AI integration depends quite heavily on teacher participation, professional development and institutional support. The study concludes that AI holds significant promise in enhancing pedagogy, but its effectiveness relies on thoughtful application rather than substituting human teaching.

Keywords: Teacher Perceptions, Artificial Intelligence, Educational Technology, Kosovo, Student Engagement.

The Discourse Particle *vallë* in Albanian and its English Counterparts – A corpus-based study

Djellza Maxharaj

The Faculty of English, AAB College

e-mail: djellza.maxharaj@universitetiaab.com

Abstract

This study investigates the Albanian modal particle *vallë* and its translation into English through a corpus-based contrastive analysis. The research focuses on the pragmatic functions, syntactic environments, and translation strategies associated with *vallë* in literary and journalistic texts. The corpus consists of 100 English–Albanian sentence pairs containing the particle *vallë*, which were analyzed qualitatively and quantitatively. The findings show that *vallë* primarily functions as a marker of epistemic stance, expressing curiosity, speculation, doubt, and rhetorical reflection. Syntactically, the particle occurs predominantly in interrogative structures, especially in *mos vallë* constructions, *wh*-questions, and *yes/no* questions. The analysis further demonstrates that English lacks a direct lexical equivalent for *vallë*. Instead, translators rely on interrogative syntax, modal verbs, cognitive expressions such as *I wonder*, and contextual interpretation to reproduce its pragmatic effect. The study argues that Albanian encodes epistemic meanings through discourse particles, whereas English distributes similar meanings across syntactic and lexical resources. These findings contribute to contrastive pragmatics, translation studies, and the study of epistemic modality in Albanian and English.

Keywords: epistemic modality, discourse particles, interrogative structures, translation strategies, contrastive pragmatics.

The Impact of Attachment Styles on Parasocial Relationships with AI Chatbots

Admir Dahati, Orjeta Dushi

“Luigj Gurakuqi” University, Shkodër, Albania

e-mail: admir_dahati@unishk.edu.al

Abstract

The increasing integration of artificial intelligence in everyday communication has led to the emergence of parasocial relationships between users and conversational AI chatbots. This study aimed to examine the role of attachment styles in predicting the intensity of parasocial relationships with AI chatbots among university students, as well as to explore the linguistic factors shaping these interactions. A quantitative correlational design was employed with a sample of university students who regularly interacted with AI chatbots. Standardized self-report instruments were used to measure attachment styles and parasocial relationship intensity. Correlation and regression analyses indicated a significant positive relationship between anxious attachment and stronger parasocial engagement with AI chatbots, while avoidant attachment showed a weaker yet significant association. Securely attached individuals reported lower levels of emotional reliance on AI systems. Linguistically, perceived empathy, conversational fluency, personalization, and emotionally responsive communication were identified as key predictors of parasocial engagement, with human-like discourse patterns enhancing perceived social closeness. These findings suggest that both psychological attachment tendencies and linguistic design features significantly shape human-AI relational dynamics. The study highlights implications for digital psychology and human-computer interaction, emphasizing the need for further research on the long-term psychological effects of AI-mediated communication.

Keywords: artificial intelligence, parasocial relationships, attachment styles, chatbots, human-computer interaction, digital psychology

EFL Teacher's Attitudes Towards Computer-assisted Language Learning in Prizren Municipality

Nida Vetimi

AAB College, Prishtinë

e-mail: vetiminida@gmail.com

Abstract

Today, English is a language spoken all over the world. Teaching and learning the English language is very important. This research is about "EFL Teachers' Attitudes Towards Computer-Assisted Language Learning in Prizren Municipality". This research aims to investigate teachers' attitudes toward computer-assisted language learning (CALL) in Prizren and develop suggestions in this context. The data of this study is obtained through quantitative research in questionnaire form and qualitative research in interview and observation form. The study group consists of 58 English language teachers who are teaching in public schools in the city of Prizren, Kosovo, in the 2025-2026 academic year. In this direction, in the introduction part of the research, the importance of the topic is explained. Information about development and history, technology and education, advantages and disadvantages are included in the literature review part. A set of questionnaire questions, interview questions, and observation form was developed and employed to gather data from English language teachers. In this context, results were obtained in the fields of Prizren's educational environment, technological tools, and foreign language learning. At the end of the study, results determined both the attitudes of the teachers and the level of language teaching by using technology in Prizren.

Keywords: Computer-Assisted Language Learning, Technology, Language Education, English Language, Teachers' Attitudes.

Poverty of Information Reproduction in Relation to AI Dependence

Orjeta Dushi, Admir Dahati

“Luigj Gurakuqi” University, Shkodër, Albania

e-mail: orjetadushi@gmail.com

Abstract

The increasing integration of artificial intelligence (AI) into everyday learning and information processing has raised concerns about its impact on cognitive development, particularly with regard to information retrieval and critical thinking skills. This study investigates how reliance on AI-generated content affects individuals' ability to actively process and retrieve information compared to engaging in critical thinking-based learning. The primary objective is to examine whether exposure to AI-generated text influences the depth of understanding and accuracy of information recall. An experimental design with two independent groups is implemented. The experimental group is provided with AI-generated texts as learning materials, while the control group engages with the same content through guided critical thinking processes without direct AI assistance. After exposure, both groups are assessed through standardized tasks measuring information recall, conceptual understanding, and argumentative quality. Findings are expected to show differences between the two groups, with the critical thinking group demonstrating higher performance in information retrieval and analytical reasoning compared to the AI-dependent group. The study concludes that while AI can improve access to information, overreliance on it can weaken deeper cognitive processing. These findings highlight the need for balanced integration of AI tools into educational settings to preserve and strengthen critical thinking capacities.

Keywords: artificial intelligence, critical thinking, information retrieval, cognitive processing, experimental study, education.

Artificial Intelligence and the Rise of Digital Populism in the Western Balkans

MA. Enis Durguti

AAB College, Kosovo

e-mail: enis.durguti@gmail.com

Abstract

The rapid development of artificial intelligence is increasingly transforming political communication and democratic processes worldwide. In the Western Balkans, where political polarization, weak institutional trust, and unresolved post-conflict divisions continue to shape public life, AI-driven communication tools create new challenges related to populism, misinformation, and political legitimacy.

This paper examines how artificial intelligence contributes to the rise of digital populism in the Western Balkans through algorithm-driven social media amplification, AI-generated political content, targeted messaging, and digital disinformation. Rather than treating AI solely as a technological innovation, the study approaches it as a political and communicative instrument capable of reshaping relations between political elites, media ecosystems, and citizens.

Using a comparative political communication perspective, the paper focuses on selected cases from the Western Balkans, particularly Kosovo, Bosnia and Herzegovina, and Serbia. The analysis combines discourse analysis and contemporary literature on AI governance, populism, and democratic communication.

The paper argues that artificial intelligence is increasingly influencing political mobilization, democratic legitimacy, and public trust in transitional and post-conflict societies.

Keywords: Artificial Intelligence, Digital Populism, Political Communication, Western Balkans, Democratic Legitimacy

Albanian Idioms in English Translation: A Comparative Study of Human vs Gemini Translation of Idioms in Kadare's The General of the Dead Army

Gresa Shaqiri

SEEU, North Macedonia

e-mail: gs34256@seeu.edu.mk

Abstract

Idioms are culturally specific expressions whose meanings cannot be explicitly derived from individual words. This study examines the translation of Albanian idioms into English in Kadare's novel "The General of the Dead Army", comparing human translation with AI tool-generated ones. The study is guided by Skopos theory, particularly the concepts of foreignization and domestication, to scrutinize how meaning is transferred across various translation approaches. The primary aim is to compare how idiomatic meaning is preserved or shifted in human translation and Gemini. Gemini was selected as a comparative AI tool, since it is a multilingually-trained model, and it has a status as a publicly available general-purpose tool, thereby enabling the study to reflect real world-translation. The sample comprises 30 idiomatic expressions selected from "Gjenerali I Ushtrisë së Vdekur". Each idiom is analyzed in context and compared to its English, and its Gemini-generated version. The analysis employs a fundamental classification: preserved and shifts in meaning, partial meaning, and literal translation. The results indicate that human more systematically employs adaptive translation strategies that render Albanian idioms into natural and culturally appropriate English equivalents. Hence, preserving both meaning and pragmatic effect. In contrast, Gemini more frequently produces semi literal translations, which in a considerable number of cases leads to the loss of contextual force.

Keywords: AI tool, Gemini, Albanian idioms, translation strategies, meaning transfer.

Teachers' Perceptions of Curriculum Application in Physical Education and Sport

Albin Ajvazi, PhD Candidate

University of Skopje "Ss. Cyril and Methodius", Skopje, North Macedonia

e-mail: albinajvazi045@hotmail.com

Abstract

Physical Education and Sport constitute a very important component of the comprehensive development of students within the educational system. In the essence of improving the quality of education, in our country steps have been taken to advance the curriculum for this subject, with the aim of adapting to the diverse needs of students and promoting an active and healthy lifestyle. However, the process of implementing this curriculum is accompanied by a number of practical difficulties.

Among the major challenges is the lack of adequate resources for the realization of the teaching process, including unsuitable infrastructure, lack of sports equipment, and unfavorable conditions in public schools. Likewise, an important element remains the need for continuous professional development of teachers, so that they are prepared to implement the requirements of the curriculum.

This study is based on a research approach and uses quantitative methodology. The sample includes 100 teachers from schools in Kosovo, while data collection was carried out through questionnaires constructed on the Likert scale and processed using the SPSS program.

The aim of this research is to identify the main challenges in the implementation of the new curriculum in the subject of Physical Education and Sport, as well as to provide recommendations for overcoming them. Through this analysis, this paper aims to contribute to improving quality and highlighting the obstacles that affect the teaching process in this field.

Keywords: implementation, curriculum, teachers, physical education and sport.

Përdorimi i Inteligjencës Artificiale nga mediat online në Shqipëri për krijimin e përmbajtjes dhe imazheve

Gerald Bara

Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës,
Shqipëri

e-mail: barageri10@gmail.com

Abstrakt

Çdo cep i ekosistemit mediatik është prekur nga Inteligjenca Artificiale dhe këtij transformimi nuk i kanë shpëtuar as mediat online. Edhe në mediat shqiptare, ka ndryshuar mënyra sesi krijohet, shpërndahet dhe konsumohet përmbajtja, me ndihmën e programeve dhe chatbotëve. Ky punim synon të evidentojë mënyrat e përdorimit të Inteligjencës Artificiale, duke analizuar lehtësirat që ofron, por edhe rreziqet dhe sfidat që paraqiten. Përmes një qasjeje kualitative, studimi mbështetet në intervista gjysmë të strukturuar me gjashtë aktorë kyç të fushës, ekspertë IT, redaktorë, pronarë dhe gazetarë të mediave online si: Panorama.com.al, Publik.al dhe Fjala.al. Nga njëra anë, sipas të intervistuarve, Inteligjenca Artificiale ndihmon për redaktimin e teksteve, shpesh edhe shkrimin apo rishkrimin e tyre, duke kursyer kohë. Gjithashtu, ajo mundëson krijimin e imazheve “feature” kreative dhe tërheqëse të artikujve që publikohen në mediat online. Nga ana tjetër, artikujt duken gjithnjë e më pak origjinalë. Të intervistuarit theksojnë mungesën e transparencës ndaj audiencës, duke nënvizuar se shpesh nuk specifikohet nëse imazhet janë krijuar me Inteligjencë Artificiale, apo nëse artikujt janë gjeneruar apo redaktuar me ndihmën e programeve. Gjithashtu, mund të ndikojë negativisht në renditjen e portaleve në motorët e kërkimit (SEO). Në përfundim, Inteligjenca Artificiale përbën një mjet të dobishëm për mediat online shqiptare. Megjithatë, mbetet ende një terren i paeksploruar plotësisht.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale, media online, Shqipëri, krijimi i përmbajtjes, gazetarë, SEO.

Influencerët si ndërmjetësues të rinj të komunikimit strategjik

Fjolla Hajrizaj, MSc,
Kolegji AAB, Prishtinë
e-mail: fjolla.hajrizaj@universitetiaab.com

Abstrakt

Qëllimi i këtij punimi është që të analizojë transformimin e marrëdhënies ndërmjet gazetarisë dhe marrëdhënies me publikun në epokën e mediave digjitale dhe Inteligjencës Artificiale, me fokus në rolin e influencerëve si ndërmjetësues të rinj të informacionit. Në këtë kuadër, influencerët krahasohen me liderët lokal të opinionit publik, të cilët dikur ndikonin qëndrimet brenda komuniteteve të vogla, ndërsa sot ky ndikim ushtrohet në shkallë globale përmes platformave digjitale. Marrëdhënia tradicionale ndërmjet PR dhe gazetarisë është karakterizuar nga filtra profesional dhe standarde etike, ndërsa rritja e dominimit të influencerëve ka krijuar një hapësirë të re komunikimi me sfida etike dhe profesionale.

Metodologjia e përdorur bazohet në analizë të literaturës ekzistuese mbi komunikimin digjital, opinionin publik dhe etikën mediale nga e cila rezulton se mungesa e filtrave profesionalë dhe e mekanizmave të llogaridhënies rrit rrezikun e dezinformimit dhe të ndikimit të pakontrolluar në sferën publike. Kjo është veçanërisht e dukshme në fusha të ndjeshme si shëndetësia dhe mirëqenia. Në përfundim, edukimi medial dhe zhvillimi i mendimit kritik identifikohen si mekanizma kyç për adresimin e këtyre sfidave.

Fjalë kyç: Influencerë, Liderë të Opinionit Publik, Gazetari, Marrëdhënie me Publikun, Etikë Mediale, Dezinformim.

IA dhe të Nxënit Digjital në Arsimin e Lartë: Perspektiva e Studentëve mbi Integritetin Akademik

Prof. Ass. Dr. Mimoza Kamberi

e-mail: mimoza.kamberi@aab-edu.net

Prof. Ass. Dr. Lirika Bërdynaj Syla

e-mail: lirika.berdynaj-syla@aab-edu.net

Kolegji AAB, Prishtinë, Kosovë

Abstrakt

Ky studim synon të analizojë perceptimet e studentëve mbi ndikimin e teknologjisë dhe IA-së në përvojën e tyre të të nxënit, duke trajtuar njëkohësisht çështje të rëndësishme si barazia digjitale dhe etika akademike në kontekstin bashkëkohor të arsimit.

Hulumtimi është realizuar përmes një qasjeje kualitative, duke përdorur intervista gjysmë të strukturuar me 12 studentë të fushës së psikologjisë dhe shkencave sociale në Kolegjin AAB. Të dhënat janë analizuar përmes analizës tematike, duke përfshirë triangulimin dhe validimin nga pjesëmarrësit për të siguruar rigorozitet dhe besueshmëri metodologjike.

Gjetjet tregojnë një preferencë të qartë të studentëve për format hibride të të nxënit, të cilat ofrojnë fleksibilitet dhe mundësi për ndërveprim fizik. Teknologjia dhe pajisjet digjitale kanë një ndikim të dyanshëm në performancën akademike, ndërsa IA perceptohet si një mjet mbështetës për organizimin e informacionit dhe zhvillimin e kompetencave digjitale. Pabarazitë në qasjen ndaj teknologjisë ndikojnë drejtpërdrejt në cilësinë e të nxënit, ndërsa përdorimi etik i mjeteve digjitale mbetet thelbësor për ruajtjen e integritetit akademik.

Studimi thekson nevojën për një qasje të balancuar që ndërthur fleksibilitetin digjital, ndërveprimin njerëzor dhe edukimin etik, duke kontribuar në ndërtimin e një mjedisi mësimor më gjithëpërfshirës, efikas dhe të barabartë.

Fjalë kyç: arsimi i lartë, inteligjenca artificiale, të nxënit hibrid, barazia digjitale, integriteti akademik.

Marrëdhënia e mediave lokale me zyrat e komunikimit publik në epokën e Inteligjencës Artificiale

Valdete Berisha-Murina
Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB
e-mail: valdete.berisha-murina@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim shqyrton mundësinë e të qenit i ndershëm dhe profesional në gazetarinë e sotme në Kosovë, sidomos në kohën e tanishme ku përdorimi i Inteligjencës Artificiale dhe ndikimi i zyrave të PR-it po e ndryshojnë mënyrën si prodhohet lajmi. Qëllimi i punimit është që përmes lajmeve të mediave lokale të Kamenicës dhe përmbajtjeve të Zyrës së PR-it në institucionin e Komunës, të analizoj nëse mediat lokale po arrijnë ta ruajnë pavarësinë e tyre, apo po dorëzohen përballë njoftimeve të gatshme që vijnë nga institucionet. Gjetjet tregojnë se gazetarët po shndërrohen gjithnjë e më shumë në përcjellës të thjeshtë të mesazheve të pushtetit pa verifikuar nëse ato përmbajtje janë të bazuara në fakte, gjë kjo e cila është faza më e rëndësishme e këtij profesioni. Kjo situatë reflektohet edhe nga avancimi i teknologjisë e cila na mundëson të publikojmë më shpejt pa verifikuar asgjë, gjë që po e dëmton besimin e njerëzve te media. Rezultatet nxjerrin në pah se kur lajmet publikohen 'të subvencionuara' nga zyrat e komunikimit si dhe kur prodhohen përmes IA-së, qytetarët e kanë thujtë të pamundur të dallojnë çfarë është informacion i saktë e çfarë është propagandë. Si përfundim, hulumtimi thekson se nëse mediat lokale nuk shkëputen nga varësia prej zyrave të komunikimit dhe nuk i kthehen verifikimit njerëzor të fakteve pa u mbështetur tek Inteligjenca Artificiale, ato rrezikojnë të humbasin rolin e tyre si mbrojtëse të interesit publik.

Fjalët kyçe: gazetari locale, Inteligjencë Artificiale, zyrat e komunikimit publik, verifikimi i fakteve, Kamenicë.

Gazetaria dhe Marrëdhëniet me Publikun në Epokën e Inteligjencës Artificiale

Merita Dashi

Universiteti i Tiranës, Tiranë, Shqipëri

e-mail: meridashi3@gmail.com

Abstrakt

Epoka e Inteligjencës Artificiale (IA) po transformon mënyrën se si gazetarët dhe profesionistët e marrëdhënieve me publikun krijojnë dhe shpërndajnë informacionin. Ky studim synon të analizojë ndikimin e IA në komunikimin modern, duke evidentuar përfitimet dhe sfidat që sjell përdorimi i saj. Përmes një qasjeje kualitative, janë realizuar intervista gjysmë të strukturuar me gazetarë, specialistë të PR-it dhe ekspertë IT, të cilët kanë ndarë përvojat e tyre mbi përdorimin e IA në media dhe fushata komunikimi. Rezultatet tregojnë se IA ndihmon në gjenerimin e teksteve, krijimin e imazheve vizuale dhe analizën e të dhënave, duke rritur efikasitetin dhe shpejtësinë e komunikimit. Megjithatë, u evidentuan shqetësime mbi origjinalitetin e përmbajtjes, transparencën dhe besueshmërinë e informacionit të prodhuar. Studimi përfundon se IA është një mjet i fuqishëm për gazetarinë dhe marrëdhëniet me publikun, por kërkon politika të qarta për etikë dhe ruajtjen e besimit të audiencës.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale, gazetari, marrëdhënie me publikun, komunikim, transparencë.

Manipulimi i opinionit publik përmes inteligjencës artificiale gjatë proceseve zgjedhore

Yllka Shehu

Master Shkencor në Marrëdhënie Publike, Universiteti i Tiranës,

e-mail: yllka.shehu@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim trajton ndikimin e inteligjencës artificiale në komunikimin politik, me fokus në manipulimin e opinionit publik gjatë proceseve zgjedhore. Studimi analizon përdorimin e teknologjive si deepfake, gjenerimi automatik i përmbajtjes dhe algoritmet e platformave digjitale në shpërndarjen e dezinformimit. Përmes një qasjeje analitike, identifikohen mekanizmat përmes të cilëve këto teknologji ndikojnë në formësimin e perceptimeve të votuesve dhe në amplifikimin e narrativave të caktuara politike. Gjetjet tregojnë se përdorimi i AI mundëson prodhim dhe shpërndarje më të shpejtë dhe më të targetuar të përmbajtjes manipuluese, duke vështirësuar dallimin midis informacionit të vërtetë dhe atij të rremë. Në këtë kontekst, theksohen rreziqet për integritetin e proceseve demokratike dhe besimin publik. Punimi përfundon duke nënvizuar nevojën për rregullim më të qartë, transparencë në përdorimin e algoritmeve dhe forcim të edukimit medial si elemente kyçe për adresimin e këtyre sfidave.

Fjalë kyçe: inteligjenca artificiale, zgjedhje, dezinformim, komunikim politik.

Gazetaria dhe marrëdhëniet me publikun në epokën e intelegjencës artificiale (AI) në Kosovë

Arlind Halili

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB, Prishtinë,
Kosovë

e-mail: arlind.halili@universitetiaab.com

Abstrakt

Gazetaria varësinë e saj e ka tek sigurimi i informatave, kërkimi në burime më të hollësishme që lajmi të jetë sa më i besueshëm, përkundër marrëdhënieve me publikun (*PR*) që varet nga mediat për ta shpërndarë një mesazh. Në Kosovë, intelegjenca artificiale (*AI*) po gjen zbatim gjithnjë e më tepër, duke ndikuar në krijimin e përmbajtjeve, targetim të audiencës, por njëkohësisht edhe duke e vështirësuar verifikimin e informacionit. Prandaj, qëllimi i këtij punimi është të analizojë efektet e intelegjencës artificiale në raport me gazetarinë dhe marrëdhëniet me publikun, duke shqyrtuar ndryshimet që ka sjellur si në sfidat e saktësisë së informacionit ashtu edhe në formësimin e opinionit publik në mënyrën se si po përceptohet e vërteta. Në këtë punim shtrohen pyetjet kërkimore mbi të cilat do synohen të arrihen hipotezat kryesore se si ndikon intelegjenca artificiale në verifikim dhe sa e rrit efikasitetin e përhapjes së mesazhit. Hulumtimi do të ketë qasje të kombinuar me metoda cilësore dhe sasiore, me qëllim analizimin sa më të detajizuar të këtij raporti. Përfundimet nga ky punim tregojnë se si intelegjenca artificiale po luan një rol të rëndësishëm në transformimin e gazetarisë duke e vendosur në një raport luftë-urrejtje me marrëdhëniet me publikun.

Fjalë kyç: gazetaria, marrëdhëniet me publikun, intelegjenca artificiale, burimi i informatave, transformimi digjital, opinionimi publik.

Përdorimi i Inteligjencës Artificiale si aktor komunikimi

Giseld Dervishi

Universiteti i Tiranës, Tiranë, Shqipëri

e-mail: giselddervishi@gmail.com

Abstrakt

Në epokën e transformimeve të shpejta dixhitale, Inteligenca Artificiale (IA) po shfaqet gjithnjë e më shumë si një aktor i rëndësishëm në proceset e komunikimit. Ky punim synon të analizojë rolin e IA-së si një ndërmjetës dhe prodhues i mesazheve në hapësirën publike dhe mediatike. Duke u fokusuar në zhvillimet bashkëkohore teknologjike, studimi shqyrton mënyrën se si sistemet e IA-së ndikojnë në krijimin, shpërndarjen dhe interpretimin e informacionit. Punimi trajton gjithashtu ndryshimin e paradigmës nga komunikimi tradicional, ku aktorët kryesorë kanë qenë individët dhe institucionet, drejt një modeli të ri ku algoritmet dhe platformat inteligjente marrin rol aktiv në formësimin e diskursit publik. Përmes një qasjeje teorike dhe analitike, analizohet ndikimi i IA-së në marrëdhëniet publike, gazetari dhe komunikimin digjital, duke vënë në pah si mundësitë ashtu edhe sfidat që lidhen me etikën, besueshmërinë dhe kontrollin e informacionit. Në përfundim, studimi, argumenton se IA nuk është më vetëm një mjet teknik, por një aktor komunikimi me ndikim të drejtpërdrejtë në strukturimin e realitetit social dhe mediatik.

Fjalë kyç: Inteligenca Artificiale, komunikimi digjital, media, algoritme, marrëdhënie publike, etikë, informacion, transformim teknologjik.

Perceptimet e edukatorëve për përdorimin e Inteligjencës Artificiale (IA) në edukimin e hershëm

Saranda Halili

Fakulteti i Shkencave Sociale, Kolegji AAB, Prishtinë, Kosovë

e-mail: saranda5.halili@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky studim shqyrton perceptimet e edukatorëve mbi integrimin e Inteligjencës Artificiale (IA) në edukimin e fëmijërisë së hershme, në kontekstin e transformimeve digjitale dhe zhvillimit të mediave të reja. Qëllimi kryesor i hulumtimit është të analizojë qëndrimet, përvojat dhe nivelin e gatishmërisë së edukatorëve për përdorimin e IA-së në institucionet parashkollore. Studimi mbështetet në një qasje kualitative, duke përdorur intervista gjysmë të strukturuar me edukatore, të cilat janë analizuar përmes metodës së analizës tematike. Gjetjet tregojnë se edukatorët e perceptojnë IA-në si një mjet me potencial të konsiderueshëm për optimizimin e proceseve administrative dhe për zhvillimin e materialeve didaktike inovative. Megjithatë, rezultatet evidencojnë një ambivalencë profesionale, pasi krahas vlerësimit të efikasitetit teknologjik shfaqen shqetësime lidhur me rrezikun e zëvendësimit të ndërveprimit njerëzor, ndikimin e mundshëm në zhvillimin socio-emocional të fëmijëve dhe mungesën e kompetencave digjitale të nevojshme për një integrim efektiv. Në përfundim, studimi argumenton se implementimi i suksesshëm i IA-së në edukimin parashkollor kërkon një qasje të balancuar dhe të bazuar në parime etike. Rekomandohet zhvillimi i programeve të specializuara të trajnimit për edukatorët, si dhe forcimi i bashkëpunimit ndërmjet politikëbërësve dhe institucioneve arsimore, me qëllim që teknologjia të shërbejë si një mjet mbështetës dhe jo si faktor pengues për zhvillimin dhe mirëqenien e fëmijëve.

Fjalë kyç: Inteligjencë Artificiale, edukim parashkollor, perceptime të edukatorëve, zhvillim i fëmijës, teknologji edukative, etikë profesionale.

Administrimi tatimor në ekonominë digjitale: juridiksioni, inteligjenca artificiale dhe hendeku i zbatimit fiskal

Ramiz Cakolli

Kolegji AAB,

e-mail: ramiz.cakolli@universitetiaab.com

Abstrakt

Ekonomia digjitale ka transformuar mënyrat e gjenerimit dhe shpërndarjes së vlerës, duke dobësuar lidhjen tradicionale ndërmjet juridiksionit tatimor dhe pranisë fizike. Si rezultat, administratat tatimore përballen me kufizime strukturore në identifikimin e të ardhurave dhe në zbatimin efektiv të detyrimeve tatimore në aktivitetet ndërkufitare digjitale. Qëllimi i këtij studimi është të analizojë këto sfida përmes tri dimensioneve kryesore: juridiksionit tatimor, identifikimit të të ardhurave dhe zbatimit fiskal, si dhe të shqyrtojë rolin e inteligjencës artificiale në këtë kontekst. Studimi përdor një qasje konceptuale dhe analitike, duke u mbështetur në literaturën bashkëkohore dhe në kornizat ndërkombëtare të politikave, me theks në iniciativat e OECD-së dhe zhvillimet e Bashkimit Evropian. Gjetjet tregojnë se inteligjenca artificiale rrit ndjeshëm kapacitetin operacional të administratave tatimore përmes përmirësimit të analizës së të dhënave, identifikimit të të ardhurave dhe kontrollit fiskal, duke kontribuar në reduktimin e hendekut të zbatimit fiskal. Pavarësisht kësaj, ndikimi i saj mbetet i kufizuar përballë kufizimeve juridike dhe institucionale të juridiksionit tatimor në një mjedis digjital pa kufij. Në përfundim, studimi thekson se adresimi efektiv i këtyre sfidave kërkon kombinimin e inteligjencës artificiale me reforma strukturore në rregullat e juridiksionit tatimor.

Fjalë kyç: ekonomi digjitale, administrim tatimor, inteligjencë artificiale, juridiksion tatimor, identifikimi i të ardhurave, hendeku i zbatimit fiskal.

Mjedisi stimulues në klasë dhe përfshirja e tij në dokumentet arsimore në Kosovë

Fatjeta Ahmeti Ajvazi, PhD Candidate
University of Skopje "Ss. Cyril and Methodius", Skopje, North Macedonia
e-mail: fatjetaahmeti@hotmail.com

Abstrakt

Mjedisi stimulues në klasë ofron një ambient të përshtatshëm për nxënien dhe zhvillimin e aftësive të nxënësve, duke inkurajuar kreativitetin dhe angazhimin e tyre. Krijimi i një mjedisi për të nxënë apo një mjedisi stimulues në klasë është një temë mjaft e rëndësishme dhe aktuale në fushën e arsimit. Qëllimi i këtij studimi është hulumtimi i detajuar i përfshirjes së mjedisit stimulues në dokumentet arsimore të Kosovës dhe analizimi se si kjo përfshirje mund të përmirësohet për të pasur një ndikim më të madh në procesin e nxënies dhe mësimin.

Metodologjia e përdorur në këtë studim ka karakter cilësor dhe si metodë e hulumtimit është përdorur analiza përmbajtësore e dokumenteve. Për realizimin e analizës së dokumenteve është përdorur një tabelë analitike e ndërtuar mbi bazën e kategorive të përcaktuara paraprakisht nga literatura. Në këtë tabelë përfshihet aspekti emocional, aspekti social, praktikat e mësimdhënies dhe mjedisi e klima në klasë. Detajisht janë analizuar dokumentet e përzgjedhura, të cilat janë: Strategjia e Arsimit 2022-2026, Korniza Kurrikulare e Kosovës, Kurrikula Bërthamë për klasën përgatitore dhe arsimin fillor të Kosovës, udhëzime administrative dhe dokumente të tjera. Përmes analizës së këtyre dokumenteve, studimi kishte synim të zbulonte detaje, përpjekje dhe tendenca që lidhen me përfshirjen e mjedisit stimulues në dokumentet arsimore duke dhënë një pasqyrë të qartë të qasjes aktuale dhe të mundësive për përmirësim në këtë fushë.

Në bazë të analizës së kryer, është evidentuar se pavarësisht përpjekjeve për të përfshirë në kompetencat, qëllimet dhe rezultatet, mjedisi stimulues nuk trajtohet si prioritet në dokumentet arsimore. Gjetjet nga ky hulumtim theksojnë nevojën për një rishikim të thellë të qasjes ndaj krijimit e mjedisit për të nxënë dhe mjedisit stimulues në përgjithësi.

Fjalë kyç: mjedisi stimulues, klima në klasë, dokumente arsimore, arsim, nxënës, shkollë.

Digjitalizimi dhe inteligjenca artificiale në ATK – qasje krahasuese me vendet e BE-së

Arbëror Meta

Kolegji AAB

e-mail: arberor.meta@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky studim shqyrton në mënyrë kritike transformimin e administrimit tatimor në Kosovë nën ndikimin e digjitalizimit dhe inteligjencës artificiale (AI), si dhe krahasimet me sistemet tatimore të vendeve të BE-së. Megjithëse këto zhvillime kanë rritur efikasitetin operacional dhe transparencën institucionale, mbetet e paqartë nëse ato adresojnë në mënyrë efektive kufizimet strukturore të sistemit fiskal, veçanërisht në lidhje me përmbushjen tatimore dhe ekonominë jo-formale.

Analiza mbështetet në literaturën bashkëkohore dhe në të dhëna zyrtare, me fokus në zhvillimet konkrete në Kosovë, përfshirë fiskalizimin elektronik dhe avancimin e shërbimeve digjitale. Argumentohet se inteligjenca artificiale përfaqëson një kapacitet operacional kyç në përmirësimin e identifikimit të të ardhurave dhe menaxhimit të riskut tatimor, por ndikimi i saj mbetet i kufizuar për shkak të kufizimeve institucionale dhe bazë ligjore. Studimi tregon se përmirësimet teknologjike nuk përkthehen automatikisht në rritje të përmbushjes tatimore, duke sfiduar supozimet optimiste në literaturë.

Në këtë kuptim, propozohet një qasje e integruar që lidh modernizimin teknologjik me reforma të thelluara institucionale për të arritur ndikim të qëndrueshëm në zhvillimin ekonomik.

Fjalë kyç: digjitalizim; inteligjencë artificiale; përmbushje tatimore; ekonomi informale; reforma institucionale.

Propaganda dixhitale dhe dezinformimi në epokën e inteligjencës artificiale

Arta Salihu

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB, Prishtinë

e-mail: arta.salihu@universitetiaab.com

Abstrakt

Në epokën e inteligjencës artificiale, propaganda dixhitale dhe dezinformimi po ndryshojnë mënyrën se si informacioni politik dhe publik krijohet, shpërndahet dhe interpretohet. Ky punim synon të analizojë ndikimin e inteligjencës artificiale në përhapjen e përmbajtjeve manipuluese, duke u fokusuar në algoritme, automatizim, deepfakes dhe mesazhe të personalizuar që mund të ndikojnë në perceptimin publik. Punimi mbështetet në një qasje përshkruese dhe analitike, përmes shqyrtimit të literaturës shkencore mbi dezinformimin, lajmet e rreme, mediat digjitale dhe besimin në media. Vëmendje e veçantë i kushtohet dallimit midis mediave kryesore dhe mediave digjitale, si dhe mënyrës se si ekspozimi ndaj burimeve të ndryshme ndikon në vlerësimin e besueshmërisë së informacionit. Gjetjet e pritshme sugjerojnë se shqetësimi për dezinformimin mund të ulë besimin në media dhe të forcojë skepticizmin ndaj lajmeve, ndërsa përdorimi i paqartë i termave si “lajme të rreme” mund të ndikojë në mënyrën se si publiku e kupton problemin. Punimi përfundon duke theksuar rëndësinë e edukimit mediatik, transparencës algoritmike dhe përdorimit etik të inteligjencës artificiale në mbrojtjen e debatit publik dhe proceseve demokratike.

Fjalë kyç: inteligjencë artificiale, propagandë dixhitale, dezinformim, lajme të rreme, besim në media, media digjitale

Transparenca dhe kontrolli menaxherial në prokurim për optimizimin e kostove dhe parandalimin e korrupsionit

Libona Thaqi & Shkumbin Misini

Kolegji AAB

e-mail: libona.thaqi-cela@universitetiaab.com

e-mail: shkumbin.misini@universitetiaab.com

Abstrakt

Roli i transparencës dhe kontrollit menaxherial në prokurimin publik si mekanizma kyçë për optimizimin e kostove dhe parandalimin e korrupsionit. Prokurimi publik përbën një nga segmentet më të rëndësishme dhe më të ndjeshme të administratës publike, duke ndikuar drejtpërdrejt në menaxhimin e fondeve shtetërore dhe në efikasitetin e ofrimit të shërbimeve publike. Mungesa e transparencës dhe dobësitë në kontrollin menaxherial krijojnë hapësirë për keqmenaxhim financiar, rritje të kostove dhe rrezik të lartë për praktika korruptive. Hulumtimi mbështetet në metoda të kombinuara cilësore dhe sasiore, përfshirë analizën e kuadrit ligjor, raporteve institucionale, dokumenteve zyrtare si dhe intervista me zyrtarë të fushës së prokurimit publik. Rezultatet pritet të dëshmojnë se zbatimi i standardeve të larta të transparencës dhe forcimi i kontrollit menaxherial kontribuojnë në optimizimin e kostove, rritjen e efikasitetit operacional dhe zvogëlimin e mundësive për korrupsion. Duke ndikuar dhe në uljen e Korrupsionit dhe në qasjen më të lehtë të dokumenteve. Prokurimi elektronik (e – Prokurimi) përdoret si një mjet për të reduktuar kostot operationale, për të mundësuar blerje në vëllim, për të lejuar një zgjedhje më të gjerë të blerësve dhe shitësve, për të përmirësuar kohën e dorëzimit, për të eliminuar marrjen manuale të porosive dhe për të reduktuar dokumentet dhe kostot administrative Interneti mund të veprojë si një treg elektronik, duke lidhur blerësit dhe shitësit. Prokurimi elektronik është bërë një nga strategjitë kryesore të e-biznesit në shumë kompani që kanë korrur përfitime të mëdha nga zbatimi i prokurimit elektronik

Fjalë kyç: transparencë, kontroll menaxherial, prokurim publik, optimizim i kostove, korrupsion, llogaridhënie, qeverisje e mirë, E-Prokurimi.

Propaganda dixhitale dhe dezinformimi në epokën e Inteligjencës Artificiale: ndikimi në formësimin e opinionit publik në mediat online

Klaudia Muça

Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës,
Shqipëri

e-mail: klaudiamuca90@gmail.com

Abstrakt

Zhvillimi i mediave dixhitale dhe integrimi i Inteligjencës Artificiale në proceset e komunikimit kanë transformuar mënyrën se si prodhohet dhe shpërndahet informacioni. Në këtë kontekst, dezinformimi dhe format e reja të propagandës dixhitale përbëjnë një sfidë në rritje për shoqëritë demokratike dhe për besueshmërinë e mediave. Ky studim synon të analizojë ndikimin e këtyre fenomeneve në mediat online, duke u fokusuar në rolin e përmbajtjeve vizuale të krijuara ose të modifikuara përmes teknologjive të avancuara.

Duke u mbështetur në një qasje cilësore, kërkimi përfshin analizën e përmbajtjes së publikuar në portale dhe në rrjete sociale si Facebook dhe Instagram. Një shembull konkret vërehet në përhapjen e imazheve të gjeneruara ose të modifikuara që qarkullojnë në këto platforma, të cilat shpesh publikohen pa u identifikuar si të tilla dhe perceptohen nga audienca si reale. Këto përmbajtje kontribuojnë në krijimin e narrativave të pasakta dhe ndikojnë në perceptimin publik mbi ngjarje apo figura të caktuara. Në përfundim ky studimi thekson nevojën për rritjen e transparencës, verifikimit të përmbajtjes dhe edukimit mediatic.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale; media online; dezinformimi; imazhe të gjeneruara; Facebook; Instagram; opinion publik; transparenca

Artistët si instrument i diplomacisë soft shqiptare

Aleksandra Shehaj

Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës,
Shqipëri
e-mail: ashehaj1212@gmail.com

Abstrakt

Diplomacia nuk kërkon domosdoshmërisht persona të emëruar dhe zëdhënës të paguar shtetërorë, por mund të vijë si një formë soft nga arti dhe kultura që përcillen nga artistët e atij vendi. Shqipëria është shquar që nga periudha e Rilindjes për diplomacinë publike përmes artit të saj dhe vazhdon të përcjellë edhe sot vlera të pamohueshme në arenën ndërkombëtare. Ky punim synon të evidentojë artistët të shquar modernë me origjinë shqiptare, të cilët kanë ndikuar pozitivisht në diplomacinë publike, duke krijuar kështu një perceptim mbi imazhin e vendit tek audiencat e huaja. Përmes një qasje kualitative, studimi mbështetet në një analizë të postimeve në rrjete sociale, të disa prej emrave më të njohur të muzikës si: Dua Lipa, Bebe Rexha, Rita Ora, Gashi, Ermal Meta, ku rastësisht ose jo kanë ndikuar në opinionin publik mbi Shqipërinë. Gjithashtu punimi evidenton raste konkrete duke shpjeguar ndryshimin e perceptimit pozitivisht apo negativisht dhe qasjen e publikut të huaj sipas ekspertëve të fushës. Gjetjet tregojnë se publiku lidhet më shumë me histori që rrëfohen natyrshëm të perjetuara nga vetë artistët sepse i shikojnë ata si idhuj dhe qasjen pozitivisht ndaj gjërave që dhe ata preferojnë apo nga vëndet e origjinës të vetë artistëve. Nga ana tjetër artistët bëjnë një lloj PR-i dhe diplomacie të pavullnetshme dhe rastësore duke sjellë vëmëndjen e të huajve në Shqipëri dhe Kosovë (Rasti i festivalit të Sunny Hill organizuar nga Dua Lipa). Studimi nxjerr në pah rolin gjithnjë e më të rëndësishëm të artistëve shqiptarë si aktorë të diplomacisë publike dhe të soft power shqiptar, duke ndikuar në mënyrë të drejtpërdrejtë në formësimin e imazhit ndërkombëtar të Shqipërisë.

Fjalë kyç: diplomacia soft, imazhi ndërkombëtar, identiteti kombëtar, artistët shqiptarë.

Komunikimi politik dhe publik në epokën e IA-së Propaganda dixhitale dhe dezinformim

Ridiana Preci

DGK, Universiteti i Tiranës, Tiranë, Shqipëri

e-mail: ridianapreci111@gmail.com

Abstrakt

Në epokën digjitale, komunikimi politik dhe publik ka pësuar një transformim të thellë si pasojë e zhvillimit të Inteligjencës Artificiale (IA), duke ndryshuar mënyrën se si prodhohet, shpërndahet dhe konsumohet informacioni. Rritja e përdorimit të algoritmeve, platformave sociale dhe mjeteve të automatizuara ka sjellë jo vetëm efikasitet në komunikim, por edhe sfida serioze, veçanërisht në lidhje me propagandën dixhitale dhe përhapjen e dezinformimit. Në këtë kontekst, studimi synon të analizojë ndikimin e Inteligjencës Artificiale në komunikimin politik dhe publik, duke u fokusuar në mënyrën se si ajo përdoret për të ndërtuar narrativa, për të ndikuar opinionin publik dhe për të amplifikuar informacionin e rremë.

Për realizimin e këtij studimi është përdorur një qasje kualitative, e mbështetur në analizën e përmbajtjes së mediave sociale dhe portaleve online, si dhe në intervista gjysmë të strukturuar me ekspertë të komunikimit, gazetarë dhe përdorues aktivë të platformave digjitale. Gjithashtu, janë shqyrtuar raste konkrete të përdorimit të IA-së në fushata politike dhe në prodhimin e përmbajtjeve manipuluese.

Gjetjet tregojnë se Inteligjenca Artificiale ka rritur ndjeshëm kapacitetin për targetim të audiencave dhe personalizim të mesazheve politike, duke e bërë komunikimin më efektiv, por njëkohësisht më manipulues. Përdorimi i “bot”-eve, deepfake-ve dhe algoritmeve të shpërndarjes së përmbajtjes ka kontribuar në përhapjen e shpejtë të dezinformimit dhe në krijimin e realiteteve të shtrembëruara mediatike. Nga ana tjetër, mungesa e transparencës dhe kontrollit institucional e bën edhe më të vështirë identifikimin e burimeve të informacionit dhe verifikimin e tij.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale, komunikimi politik, propaganda dixhitale, dezinformimi, media sociale, algoritme.

Algoritmet dhe familiariteti: inteligjenca artificiale dhe formësimi i perceptimit politik

Esta Papa

Universiteti i Tiranës, Shqipëri, Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë,
Master Shkencor në Gazetari, Marrëdhënie me Publikun
e-mail: estaedmondpapa@gmail.com

Abstrakt

Në epokën digjitale, algoritmet dhe sistemet e inteligjencës artificiale kanë transformuar mënyrën sesi individët marrin, përpunojnë dhe vlerësojnë informacionin politik. Ky punim synon të analizojë ndikimin e ekspozimit të përsëritur ndaj përmbajtjeve politike në platformat online në formësimin e perceptimit politik të të rinjve, duke u fokusuar në mekanizmin psikologjik të familiaritetit si produkt i drejtpërdrejtë i algoritmeve dhe inteligjencës artificiale. Studimi argumenton se ky familiarizim jo vetëm rrit ndjesinë e njohjes dhe besimit ndaj figurave e mesazheve politike, por kontribuon edhe në polarizim, krijimin e “echo chambers” dhe në një “shift” të thellë të komunikimit politik, ku kufijtë mes politikanit, influencerit dhe figurës publike po shuhen gjithnjë e më shumë. Përmes një metodologjie të kombinuar anketave me të rinj të grupmoshës 15–25 vjeç, analizës së përmbajtjes në rrjetet sociale dhe intervistave në fokus-grupe studimi synon të kuptojë ndërveprimin mes algoritmeve dhe psikologjisë njerëzore në formimin e opinionit publik. Duke u mbështetur në teoritë klasike të Edward Bernays mbi ndikimin masiv dhe duke i vendosur ato në kontekstin bashkëkohor digjital, punimi ofron një këndvështrim kritik mbi mënyrën sesi inteligjenca artificiale po riformaton jo vetëm komunikimin politik, por edhe vetë strukturat e politikëbërjes. Në përfundim, ky studim nënvizon nevojën urgjente për një qasje kritike dhe të ndërgjegjshme ndaj konsumit të informacionit politik në platformat digjitale, veçanërisht për gjeneratat e reja që rriten në një mjedis ku algoritmi, jo arsyeja, shpesh dikton atë që “duket e njohur” dhe, rrjedhimisht, atë që “duket e besueshme”.

Fjalë kyç: inteligjencë artificiale, algoritme, perceptim politik, familiaritet, polarizim, media digjitale.

Ndërveprimi njeri-makinë në komunikimin digjital: roli i inteligjencës artificiale te studentët universitarë

Megi Hala

DGK, Universiteti i Tiranës, Tiranë, Shqipëri

e-mail: megihala03@gmail.com

Abstrakt

Ky punim shqyrton ndërveprimin njeri-makinë si një faktor kyç në riformësimin e praktikave të komunikimit digjital, duke u fokusuar në përdorimin e inteligjencës artificiale nga studentët universitarë. Studimi synon të analizojë se si teknologjitë si chatbot-et dhe algoritmet e platformave digjitale ndikojnë në prodhimin, ndërmjetësimin dhe interpretimin e informacionit në kontekst akademik dhe social.

Duke u mbështetur në një qasje metodologjike të kombinuar (mixed-method), që përfshin anketa dhe analiza diskursive, kërkimi eksploron ndryshimet në mënyrën e ndërtimit të kuptimit, autorësisë dhe besueshmërisë në komunikim. Vëmendje e veçantë i kushtohet perceptimit të studentëve mbi rolin e AI-së si bashkë-komunikues dhe ndikimit të saj në zhvillimin e mendimit kritik. Gjetjet paraprake sugjerojnë se ndërveprimi njeri-makinë rrit efikasitetin dhe aksesin në informacion, por njëkohësisht krijon sfida në lidhje me autenticitetin, varësinë teknologjike dhe integritetin akademik.

Në përfundim, punimi argumenton nevojën për një qasje kritike dhe rregullatore ndaj përdorimit të inteligjencës artificiale në komunikimin akademik, duke theksuar rëndësinë e edukimit mediatik dhe etik në epokën digjitale.

Fjalë kyç: Ndërveprimi njeri-makinë; Inteligjenca artificiale; Komunikimi digjital; Diskurs akademik; Mendim kritik.

Automatizimi i përmbajtjes mediatike dhe ndikimi në komunikimin asimetrik dhe konsumatorin digjital

Mine Skepi

Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Universiteti i Tiranës,
Shqipëri

e-mail: skepimine@gmail.com

Abstrakt

Automatizimi i prodhimit të përmbajtjes mediatike përbën një zhvillim kyç në transformimin e komunikimit në epokën digjitale, i nxitur nga avancimi i inteligjencës artificiale dhe përhapja e mediave të reja.

Ky studim synon të analizojë ndikimin e automatizimit në mënyrën e krijimit dhe shpërndarjes së përmbajtjes, si dhe efektet e tij në marrëdhënien midis prodhuesve dhe konsumatorëve të informacionit.

Në këtë kuadër, përdoret një qasje analitike dhe krahasuese, duke u mbështetur në literaturë ekzistuese dhe në shembuj praktikë nga rrjetet sociale dhe industria e reklamës digjitale.

Gjetjet tregojnë se automatizimi rrit efikasitetin dhe personalizimin e komunikimit, por njëkohësisht thëllon komunikimin asimetrik dhe rrit rrezikun e manipulimit të perceptimeve të konsumatorëve. Për më tepër, evidentohet se përdorimi i algoritmeve mund të ndikojë në përzgjedhjen dhe prioritizimin e informacionit në mënyrë jo gjithmonë transparente.

Në përfundim, studimi thekson nevojën për një qasje të balancuar midis inovacionit teknologjik dhe përgjegjësisë etike, duke nxitur transparencën dhe ndërgjegjësimin kritik të publikut për një përdorim më të qëndrueshëm të mediave të automatizuara.

Fjalë kyç: rrjete sociale, reklamë, komunikim asimetrik, media të reja, konsumator, automatizim.

Inteligjenca artificiale dhe gazetaria politike gjatë fushatave zgjedhore në Kosovë në 2025

Bernard Zeka

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB

e-mail: bernard.zeka@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim synon të analizojë ndikimin e inteligjencës artificiale (IA) në gazetarinë politike gjatë fushatave zgjedhore në Kosovë në vitin 2025. Fokusi kryesor është mbi sfidat që shfaqen nga përmbajtjet e gjeneruara ose të manipuluar me IA, veçanërisht në kontekstin e verifikimit të fakteve, ruajtjes së besueshmërisë dhe standardeve të raportimit profesional. Hulumtimi eksploron mënyrat sesi videot, fotografitë dhe tekstet e prodhuara me IA gjatë fushatave politike shtojnë kompleksitetin në punën e gazetarëve, duke vështirësuar dallimin mes informacionit autentik, propagandës, satirës dhe dezinformimit. Punimi mbështetet në metodologji dhe analizë të thellë të literaturës, duke integruar studime bashkëkohore mbi transformimin e gazetarisë si rezultat i IA-së, rolin e platformave sociale në punën e gazetarëve politikë dhe mënyrën se si redaksitë adoptojnë teknologji të reja. Rasti i Kosovës gjatë fushatave zgjedhore të vitit 2025 shërben si shembull ilustrues, ku trajtohen konkretisht videot e gjeneruara me IA që paraqisnin gurbetçarë në ardhje për votim, si dhe imazhe apo video manipuluese të figurave politike, të cilat krijojnë përshtypjen e takimeve ose lidhjeve të rreme politike. Argumentimi kryesor i punimit është se IA, përveçse mjet ndihmës për gazetarinë, paraqet edhe sfida të thellë për integritetin dhe transparencën e informacionit politik. Në përfundim, theksohet rëndësia e rritjes së kapaciteteve për fact-checking, edukimit mediatic dhe vendosjes së standardeve editoriale më të qarta, si domosdoshmëri për ruajtjen e profesionalizmit dhe besueshmërisë së gazetarisë politike gjatë fushatave zgjedhore.

Fjalë kyçe: inteligjencë artificiale; gazetari politike; fushata zgjedhore; dezinformim; factchecking; platforma sociale.

Fact-checking dhe intelijenca artificiale në median publike: Rasti “Fantazma e Prishtinës”

Edon Gërbani

Kolegji AAB, Prishtinë

e-mail: edon.gerbani@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim trajton rolin e fact-checking-ut dhe përdorimin etik të inteligjencës artificiale në median publike, duke u fokusuar në sfidat që paraqiten nga përmbajtjet e gjeneruara ose të manipuluar përmes IA-së, të cilat ndikojnë drejtpërdrejt në besueshmërinë dhe integritetin e informacionit publik. Duke analizuar praktikatat e avancuara të verifikimit që aplikohen në BBC dhe ARD, punimi shqyrton mundësitë dhe sfidat e adaptimit të këtyre metodologjive në kontekstin e medias publike në Kosovë, me theks të veçantë te Radiotelevizioni i Kosovës (RTK). Paralelisht, në punim shqyrtohen edhe sfidat që shoqërojnë përdorimin e inteligjencës artificiale, duke përfshirë prodhimin e imazheve sintetike, deepfake-t, manipulimin vizual, si dhe përhapjen masive të materialeve të paverifikuara në hapësirën digjitale.

Një shembull konkret që analizohet në këtë punim është rasti “Fantazma e Prishtinës”, një përmbajtje e prodhuar përmes inteligjencës artificiale, e cila u përhap gjerësisht në platformat sociale dhe u interpretua si e vërtetë nga një segment i audiencës. Ky fenomen ilustron domosdoshmërinë e vendosjes së protokolleve të standardizuara për verifikimin e fakteve, nevojën për trajnim të vazhdueshëm të gazetarëve në identifikimin dhe përdorimin e teknologjive të IA-së, si dhe intensifikimin e edukimit mediatic në publik. Sipas analizës, sfida themelore për median publike nuk qëndron në evitimin e përdorimit të inteligjencës artificiale, por në integrimin e saj në mënyrë të përgjegjshme, transparente dhe nën mbikëqyrjen profesionale të gazetarëve, gjithmonë në shërbim të interesit publik.

Fjalë kyçe: inteligjencë artificiale; fact-checking; media publike; RTK; BBC; ARD; dezinformim; deepfake; verifikim digjital; edukim mediatic.

Nga turma moderne te turma digjitale: Reformësimi i konceptit të Ortega y Gasset në epokën e publikut të rrjetëzuar

Artan Haraqia

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB

e-mail: artan.haraqia@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim shqyrton mënyrën se si koncepti i “turmes” te José Ortega y Gasset mund të rindërtohet për të kuptuar realitetin e publikut digjital. Duke kombinuar leximin konceptual të “Revoltës së Turmave” me literaturën mbi publikun online, publikun e ndikuar nga emocionet dhe transformimet e sferës publike në epokën e algoritmeve, argumentojmë se turma digjitale paraqet një vazhdimësi të modifikuar të turmës së Ortegës. Qëllimi është të tregojmë si ndikimi i algoritmeve, logjika e emocioneve dhe matjet e popullaritetit riformësojnë “njeriun-turmë”, duke e orientuar komunikimin publik drejt prezencës publike, intensitetit emocional dhe polarizimit. Metodologjikisht, studimi mbështetet në analizë teorike krahasuese, duke ballafaquar konceptet e Ortegës me kornizat bashkëkohore të komunikimit digjital për të identifikuar si vijimësitë ashtu edhe riformësimet që sjell mjedisi i sotëm i vëmendjes online.

Fjalë kyç: turma digjitale, njeriu-turmë, publikë të rrjetëzuar, afektivitet, algoritme.

Formësimi i opinionit publik: Ndërveprimi gazetari-marrëdhënie publike në epokën e inteligjencës artificiale

Pranvera Krasniqi

Albenita Sopaj

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB

e-mail: pranvera3.krasniqi@universitetiaab.com

Abstrakt

Gazetaria dhe marrëdhëniet me publikun dallojnë për nga qëllimi dhe mënyra e komunikimit me publikun. Gazetaria mëton informimin e publikut me të dhëna të sakta, të verifikuara dhe të pavarura. Ajo mbështetet në hulumtim, verifikim faktesh e raportim objektiv të ngjarjeve. Në anën tjetër, marrëdhëniet me publikun fokusohen në krijimin dhe ruajtjen e imazhit të institucioneve, organizatave apo individëve përmes komunikimit. Me zhvillimin e inteligjencës artificiale të dyja fushat kanë pësuar ndryshime të rëndësishme. Në gazetari, AI përdoret për analizimin e të dhënave, identifikimin e trendeve dhe përshpejtimin e raportimit. Ndërsa në PR përdoret për targetimin e audiencës, krijimin e përmbajtjeve të personalizuar dhe menaxhimin e komunikimit me publikun. Megjithatë, përdorimi i inteligjencës artificiale sjell edhe sfida, sidomos në verifikimin e informacionit dhe ruajtjen e etikës profesionale. Qëllimi i këtij punimi është të analizojë dallimin mes gazetarisë dhe PR në epokën e inteligjencës artificiale dhe ndikimin e saj në formësimin e opinionit publik. Hulumtimi do të realizohet përmes metodave të ndryshme për të paraqitur një analizë më të qartë të këtij raporti.

Fjalët kyç: gazetaria, marrëdhëniet me publikun, inteligjenca artificiale, verifikimi i fakteve, komunikimi strategjik, etika profesionale.

Automatizimi i titujve të lajmeve përmes Inteligjencës Artificiale: Sfida midis efikasitetit dhe etikës

Rreze Gjiko

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB

e-mail: rreze2.gjiko@universitetiaab.com

Abstract

Integrimi i Inteligjencës Artificiale (AI) në dhomat e lajmeve ka ndryshuar rrënjësisht procesin e prodhimit të përmbajtjes, ku algoritmet tani janë të afta të gjenerojnë tituj në kohë reale. Kjo teknologji po përdoret gjithnjë e më shumë për të rritur shpejtësinë e publikimit dhe për të optimizuar lajmet për motorët e kërkimit. Prandaj, qëllimi i këtij punimi është të analizojë ndikimin e AI në procesin e redaktimit, duke u fokusuar specifikisht në cilësinë e titujve të gjeneruar automatikisht. Në këtë kuadër, shtrohet pyetja kërkimore se si ndikon përdorimi i AI në saktësinë informative të titujve në mediat online? Përmes analizës së përmbajtjes së lajmeve të gjeneruara nga platforma si ChatGPT dhe modele të tjera gjuhësore, do të shqyrtohet përputhshmëria e titujve me tekstin burimor. Ky punim konkludon se përdorimi i AI për krijimin e titujve rrit ndjeshëm trafikun në faqe, por shpesh prodhon tituj të paqartë apo "clickbait" që nuk pasqyrojnë thelbin e ngjarjes.

Integrimi i Inteligjencës Artificiale në dhomat e lajmeve shërben si një thikë me dy tehe: ndonëse ajo optimizon shpejtësinë dhe rrit ndjeshëm trafikun në faqet online, kjo vjen me një kosto etike dhe profesionale. Përdorimi i AI shpesh sakrifikon saktësinë informative dhe përputhshmërinë me tekstin burimor, duke prodhuar tituj "clickbait" ose të paqartë që synojnë klikimet më shumë sesa pasqyrimin besnik të realitetit.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale (AI), media, titujt e lajmeve, algoritmet, besueshmëria.

Big Brother Kosova në portalet informative: Kërkesë e publikut apo agjendë mediatike?

Gresa Maliqi

Fakulteti i Komunikimit Masiv dhe Gazetarisë, Kolegji AAB

e-mail: gresa.maliqi@universitetiaab.com

Abstrakt

Formati televiziv *Big Brother VIP Kosova* në katër vitet e fundit ka zënë një hapësirë të konsiderueshme në portalet informative kosovare, duke ndikuar ndjeshëm në mënyrën e prodhimit dhe të shpërndarjes së lajmeve. Portale si Telegrafi, Lajmi.net dhe Indeksonline kanë raportuar në vazhdimësi për këtë tematikë, duke reflektuar tiparet e teorisë Agenda-Setting, tabloidizimit dhe fenomenit clickbait. Ky punim ka për qëllim analizimin e titujve të lajmeve mbi këtë format televiziv, duke u fokusuar në mënyrën se si ato hartohen. Përmes kësaj analize, synohet të kuptohet nëse prania e këtyre lajmeve vjen si pasojë e kërkesës së publikut apo përdoret si një strategji mediatike për rritjen e klikimeve dhe të ardhurave. Për të arritur këtë, studimi u përgjigjet pyetjeve kërkimore mbi praninë e kësaj tematike, karakteristikat e titujve, perceptimin e publikut dhe arsyetimin e redaktorëve. Studimi nxjerr në pah ndërveprimin midis medias dhe audiencës, ku konsumimi i vazhdueshëm i lajmeve e shndërron interesin publik në përfitim financiar për mediat.

Fjalë kyçe: Big Brother VIP Kosova, Portalet informative, Agenda-Setting, Clickbait, Titujt e lajmeve, Audienca.

Integrimi i AI në redaksitë e mediave online në Shqipëri: Transformimi editorial dhe standardizimi

Blerina Allushi

University of Tirana,

e-mail: allushibler@gmail.com

Abstrakt

Përhapja e shpejtë e mjeteve të inteligjencës artificiale në redaksitë bashkëkohore ngre pyetje urgjente mbi autonominë editoriale dhe cilësinë e përmbajtjes. Ky studim shqyrton mënyrën se si integrimi i AI po riformëson praktikat editoriale në shtatë media online shqiptare, Top Channel, TV Klan, News 24, Report TV, Pamfleti.net, Droni.al dhe Dritare.net, me qëllim dokumentimin e panoramës së parë empirike të adoptimit të AI në gazetarinë shqiptare. Duke u mbështetur mbi një dizajn metodash të kombinuara, që përfshin intervista gjysmë të strukturuar me kryeredaktorë, pyetësor të strukturuar administruar 32 gazetarëve dhe analizë përmbajtjeje, hulumtimi identifikon cilat mjete AI po adoptohen, si integrohen në rrjedhën redaksionale dhe cilat barrierë organizative, teknike e etike e kushtëzojnë adoptimin.

Gjetjet tregojnë se integrimi i AI mbetet në fazë fillestare dhe të pabarabartë, me dallime të ndjeshme ndërmjet mediave kombëtare dhe atyre krejtësisht online. Edhe pse AI përdoret kryesisht për përkthim, transkriptim dhe optimizim përmbajtjeje, adoptimi informal dhe pa politika institucionale rrezikon të përshpejtojë standardizimin dhe shkurtimin e përmbajtjes, në dëm të thellësisë editoriale. Hulumtimi synon të adresojë mungesën e të dhënave empirike mbi AI dhe median në kontekstin shqiptar e ballkanik dhe të ofrojë rekomandime praktike për redaksitë, pedagogët e gazetarisë dhe politikëbërësit mediatikë.

Fjalë kyç: inteligjencë artificiale, linjë editoriale, media online, performancë dixhitale, standardizim i përmbajtjes, gazetari shqiptar, transformim redaksional.

Intervenimi Humanitar: ndërmjet legalitetit dhe legjitimitetit -Rasti i Kosovës

Shqipe Tasholli

Fakulteti i Administratës Publike, Kolegji AAB

e-mail: shqipe2.tasholli@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky punim shkencor shqyrton kompleksitetin e intervenimeve humanitare në kontekstin e Luftës në Kosovë, gjatë periudhës së vitit 1999, duke vlerësuar rolin dhe ndikimin e intervenimit të NATO-s. Në hyrje, paraqitet rëndësia e studimit dhe qëllimet kryesore të punimit. Metodologjia e përdorur përfshin analizën teorike dhe historike, si dhe shqyrtimin e dokumenteve dhe burimeve të ndryshme për të ofruar një pasqyrë të detajuar të situatës. Pjesa e parë, apo korniza teorike, analizon konceptet dhe teoritë e intervenimeve humanitare, duke përfshirë aspekte të rëndësishme si ndërhyrja e palëve të treta në konflikte dhe ndikimi i këtij fenomeni, mbi stabilitetin dhe sigurinë rajonale. Historiku i intervenimeve humanitare ofron një kontekst të thelluar të ndihmave ndërkombëtare për të kuptuar më mirë sfidat dhe dinamikat që i përcaktojnë ato. Në kapitullin e tretë, përqendrohem në Luftën në Kosovë përpara intervenimit të NATO-s, duke shqyrtuar ngjarjet kyçe dhe zhvillimet që çuan në nevojën për ndërhyrje ndërkombëtare. Kjo përfshin Konferencën e Rambujesë si alternativa e fundit diplomatike, për zgjidhjen e konfliktit. Intervenimi humanitar i NATO-s në Kosovë shqyrtohet në detaje në kapitullin e katërt, ku analizohen aspekte legale si dhe legjitimiteti i ndërhyrjes, duke ofruar një shqyrtim të mendimeve të teoricienëve liberalë dhe sfidat me të cilat përballet ky proces. Punimi përfundon me përmbledhjen e përfundimeve kryesore dhe reflektimin mbi ndikimin e intervenimeve humanitare në kontekstin e sigurisë ndërkombëtare dhe drejtësisë globale. Ky punim kontribuon në një kuptim më të thellë të ndihmave ndërkombëtare dhe ofron rekomandime për përmirësimin e praktikave të intervenimeve të ardhshme.

Fjalë kyçe: Intervenimet Humanitare, Lufta në Kosovë, NATO-ja, Legaliteti, Legjitimiteti.

Diplomacia Moderne dhe Inteligjenca Artificiale

Arditë Kika

Kolegji AAB, Kosovë

e-mail: ardite.kika@universitetiaab.com

Abstrakt

Zhvillimi i shpejtë i inteligjencës artificiale ka ndikuar dukshëm në transformimin e diplomacisë moderne dhe në mënyrën e zhvillimit të marrëdhënieve ndërkombëtare. Ky studim trajton ndikimin e teknologjive inteligjente në proceset diplomatike, duke analizuar rolin e tyre në komunikimin ndërkombëtar, vendimmarrje dhe menaxhimin e krizave globale. Qëllimi i punimit është të evidentojë përfitimet dhe sfidat që paraqet përdorimi i inteligjencës artificiale në diplomacinë bashkëkohore. Studimi mbështetet në metodën analitike dhe përshkruese, duke u bazuar në literaturë shkencore, raporte ndërkombëtare dhe analiza të praktikave diplomatike moderne. Gjetjet tregojnë se inteligjenca artificiale kontribuon në rritjen e efikasitetit të institucioneve diplomatike përmes analizimit të shpejtë të të dhënave, parashikimit të krizave dhe përmirësimit të komunikimit strategjik. Megjithatë, përdorimi i saj shoqërohet edhe me sfida etike, juridike dhe të sigurisë, si dezinformimi, mungesa e transparencës algoritmike dhe rreziku ndaj privatësisë. Në përfundim, studimi thekson nevojën për krijimin e mekanizmave rregullues ndërkombëtarë që sigurojnë përdorim të përgjegjshëm dhe etik të inteligjencës artificiale në diplomaci.

Fjalë kyç: diplomacia moderne, inteligjenca artificiale, marrëdhëniet ndërkombëtare, diplomacia digjitale, siguria kibernetike, dezinformimi.

Transformimi i komunikimit politik në Kosovë: AI dhe Open Data midis transparencës dhe manipulimit algoritmik

Diana Metushi Krasniqi,

Fakulteti i Administratës Publike, Kolegji AAB
e-mail: diana.metushi-krasniqi@universitetiaab.com

Abstrakt

Transformimi digjital i komunikimit politik dhe përdorimi gjithnjë e më i madh i Inteligjencës Artificiale (AI) kanë ndryshuar mënyrën se si prodhohet, shpërndahet dhe interpretohet informacioni politik. Në Kosovë, pavarësisht progresit në Open Data dhe qasjes së lartë në internet, mungon një analizë kritike mbi ndikimin e algoritmeve, reklamimit politik digjital dhe automatizimit të komunikimit në besimin publik dhe proceset demokratike.

Ky punim synon të argumentoj se sasia e informacionit të publikuar nuk ka prodhuar domosdoshmërisht një qytetar më të informuar. Përkundrazi, përdorimi i teknikave të avancuara si *microtargeting*, fushatave të sponsorizuara në rrjete sociale dhe propagandës së gjeneruar nga AI (përfshirë *deepfakes*), kanë krijuar një "iluzion të transparencës" (transparencë simbolike) ku disponueshmëria formale e të dhënave nuk përkthehet domosdoshmërisht në llogaridhënie substanciale. Në këtë kontekst, komunikimi politik digjital mund të përdoret për të menaxhuar perceptimin publik përmes amplifikimit emocional, relativizimit të përgjegjësisë institucionale dhe rikonstruktimit të vazhdueshëm të narrativave politike në hapësirën online.

Hulumtimi mbështetet në një metodologji të kombinuar kualitative, analizë përmbajtjeje dhe analizë ligjore, duke shqyrtuar praktikën e komunikimit politik digjital në Kosovë gjatë periudhës 2024–2026. Studimi fokusohet në reklamimin politik në rrjete sociale, përdorimin e automatizimit në komunikim dhe kuadrin ligjor lidhur me AI-në dhe platformat digjitale.

Fjalë kyç: AI, Open Data, komunikimi politik, transformim, transparencë.

Digjitalizimi i arsimit parauniversitar në Kosovë si politikë publike në epokën e transformimit teknologjik

Kosovare Morina & Pajtime Berisha

Kolegji AAB, Kosovë

e-mail: kosovare.morina@universitetiaab.com

Abstrakt

Digjitalizimi i arsimit parauniversitar është shndërruar në një nga prioritetet kryesore të politikave publike në Kosovë, duke reflektuar nevojën për modernizimin e sistemit arsimor dhe përshtatjen me zhvillimet teknologjike bashkëkohore. Ky studim analizon politikat publike për digjitalizimin e arsimit parauniversitar në Kosovë, me fokus në objektivat strategjike, masat e ndërmarra dhe sfidat e zbatimit të tyre. Studimi mbështetet në analizën dokumentare të Strategjisë së Arsimit 2022–2026, raporteve të organizatave ndërkombëtare dhe praktikave të vendeve si Estonia dhe Finlanda. Përmes një qasjeje analitike dhe krahasuese, punimi evidenton ndikimin e teknologjisë në përmirësimin e metodave të mësimdhënies dhe rritjen e përfshirjes së nxënësve në procesin arsimor. Gjetjet tregojnë se digjitalizimi ka ndikuar pozitivisht në integrimin e teknologjisë në shkolla, por mbeten sfida si infrastruktura e pamjaftueshme, pabarazitë ndërmjet zonave urbane dhe rurale dhe nevoja për trajnim të vazhdueshëm të mësuesve. Studimi përfundon se digjitalizimi kërkon financim afatgjatë, mbështetje institucionale dhe harmonizim me praktikat më të mira ndërkombëtare për të siguruar një transformim të qëndrueshëm të arsimit.

Fjalë kyç: digjitalizimi, arsimit parauniversitar, politika publike, teknologjia, Kosova, transformimi digjital.

Korrupsioni si shkelje e të drejtave të njeriut

Meriton Ferati

Master në Administratë Publike, Kolegji AAB

e-mail: meritonferati76@gmail.com

Abstrakt

Ky punim analizon korrupsionin si një fenomen kompleks shoqëror dhe institucional, duke vlerësuar ndikimin e tij në cenimin e të drejtave themelore të njeriut, si dhe pasojat që sjell në funksionimin e institucioneve publike dhe ofrimin e shërbimeve publike. Përmes një qasjeje analitike dhe krahasuese, studimi shqyrton ndikimin e faktorëve institucionalë dhe socialë në përhapjen e korrupsionit, duke përfshirë dobësimin e sundimit të ligjit, mungesën e transparencës, pabarazinë në trajtimin e qytetarëve dhe zvogëlimin e besimit ndaj institucioneve shtetërore. Në këtë kontekst, vëmendje e veçantë i kushtohet ndikimit të korrupsionit në qasjen e barabartë ndaj drejtësisë, arsimit, shëndetësisë dhe shërbimeve të tjera publike.

Metodologjia e punimit bazohet në analizë dokumentare, rishikim të literaturës akademike dhe interpretim të raporteve relevante ndërkombëtare mbi korrupsionin dhe të drejtat e njeriut. Rezultatet tregojnë se korrupsioni ndikon drejtpërdrejt në kufizimin e realizimit të të drejtave themelore, duke krijuar pengesa në qasje të barabartë ndaj shërbimeve publike dhe duke thelluar pabarazitë sociale.

Punimi thekson se luftimi i korrupsionit nuk përbën vetëm detyrim institucional dhe juridik, por edhe një mekanizëm të domosdoshëm për forcimin e shtetit të së drejtës, rritjen e transparencës dhe garantimin e mbrojtjes më efektive të të drejtave të njeriut.

Fjalë kyç: Korrupsioni, të drejtat e njeriut, transparenca, sundimi i ligjit, institucionet publike, përgjegjshmëria, barazia.

Shërbimet elektronike dhe cilësia e shërbimeve publike

Syndyz Haxhiu

Kolegji AAB

e-mail: syndyz.haxhiu81@gmail.com

Abstrakt

Ky punim trajton ndikimin e shërbimeve elektronike në cilësinë e shërbimeve publike, me fokus të veçantë në zhvillimin e qeverisjes digjitale në Republikën e Kosovës. Studimi mbështetet në analizën e literaturës akademike bashkëkohore dhe në të dhënat institucionale që lidhen me digjitalizimin e administratës publike dhe funksionalizimin e platformës e-Kosova. Qëllimi i punimit është të analizojë rolin e shërbimeve elektronike në rritjen e efikasitetit, transparencës dhe llogaridhënies institucionale, si dhe të identifikojë sfidat dhe kufizimet që shoqërojnë implementimin e tyre. Metodologjia e përdorur bazohet në qasje analitike dhe krahasuese të literaturës shkencore, raporteve institucionale dhe dokumenteve ligjore relevante. Gjetjet tregojnë se digjitalizimi ka ndikuar pozitivisht në përmirësimin e qasjes së qytetarëve në shërbime publike, në kursimin e kohës dhe në rritjen e transparencës administrative. Megjithatë, sfida të tilla si mungesa e interoperabilitetit ndër-institucional, hendeku digjital dhe nevoja për avancim të sigurisë kibernetike vazhdojnë të kufizojnë cilësinë e plotë të shërbimeve elektronike. Punimi rekomandon forcimin e koordinimit institucional, investime në infrastrukturën digjitale dhe rritjen e kapaciteteve profesionale për zhvillimin e qëndrueshëm të e-qeverisjes. Në përfundim, digjitalizimi paraqet një mundësi reale për modernizimin e administratës publike dhe forcimin e besimit të qytetarëve në institucionet publike.

Fjalë kyç: Shërbime elektronike, administratë publike, digjitalizim, cilësia e shërbimeve publike, e-Kosova, transparencë, siguri kibernetike.

Roli i inteligjencës artificiale në hartimin e aktiviteteve për zhvillimin fizik të fëmijëve parashkollorë

Anila Qorrolli, Altina Salihu

Departamenti i Shkencave Sociale, Kolegji AAB

e-mail: anila.qorrolli@universitetiaab.com

e-mail: altina.salihu@universitetiaab.com

Abstrakt

Ky studim shqyrton rolin e inteligjencës artificiale në hartimin e aktiviteteve për zhvillimin fizik të fëmijëve parashkollorë dhe sfidat që paraqiten gjatë zbatimit të saj në praktikë. Studimi synon të kuptojë se si inteligjenca artificiale ndikon në përmirësimin e zhvillimit fizik, si dhe rolin e edukatorëve dhe prindërve në mbështetjen e këtij procesi. Është përdorur një qasje cilësore, duke përfshirë analiza të literaturës dhe vëzhgimeve të përdorimit të mjeteve digjitale gjatë aktiviteteve të përditshme. Gjetjet tregojnë se përdorimi i inteligjencës artificiale, përmes aktiviteteve të përditshme të personalizuar dhe ndërvepruese, ndikon pozitivisht në zhvillimin motorik dhe në motivimin e fëmijëve për pjesëmarrje aktive. Fillimisht, mund të ketë pasiguri dhe vështirësi në përshtatje, si nga fëmijët ashtu edhe nga edukatorët. Megjithatë, përdorimi i aktiviteteve të strukturuar udhëzimeve të qarta dhe mbështetjes së vazhdueshme ndihmon në rritjen e besimit dhe përfshirjes së fëmijëve. Ky studim thekson rëndësinë e integritit të kujdesshëm të teknologjisë, bashkëpunimit ndërmjet edukatorëve dhe familjes, si dhe krijimit të një mjedis të sigurt dhe stimulues për zhvillimin fizik. Studimi ofron rekomandime praktike për edukatorët parashkollorë, duke theksuar përdorimin e qëllimshëm të inteligjencës artificiale, komunikimin komunikimin e vazhdueshëm me prindërit dhe kombinimin e aktiviteteve digjitale me ato tradicionale. Rezultatet tregojnë se planifikimi i mirë dhe mbështetja e vazhdueshme ndikojnë në uljen e vështirësive dhe në rritjen e cilësisë së zhvillimit fizik të fëmijëve.

Fjalë kyç: inteligjenca artificiale, zhvillimi fizik, fëmijët parashkollorë, aktivitete educative, teknologjia në edukim.

Nga empatia te algoritmi: kriza e marrëdhënies njerëzore në epokën e inteligjencës artificiale në arsim

Saranda Sejdiu

Fakulteti i Shkencave Sociale, Kolegji AAB
e-mail: saranda2.sejdiu@universitetiaab.com

Abstrakt

Në një kohë kur inteligjenca artificiale po bëhet pjesë gjithnjë e më e pranishme në mjediset arsimore, procesi i të nxëniti po kalon nga një përvojë thellësisht njerëzore në një ndërveprim të ndërmjetësuar nga algoritme dhe sisteme inteligjente. Ky transformim nuk prek vetëm mënyrën se si mësohet, por edhe mënyrën se si ndërtohet marrëdhënia mes mësuesit dhe nxënësit—një marrëdhënie që tradicionalisht është mbështetur në besim, empati dhe afërsi njerëzore. Në këtë kontekst, lind natyrshëm pyetja: a mundet teknologjia ta zëvendësojë këtë lidhje, apo thjesht po e ndryshon formën e saj?

Qëllimi i këtij hulumtimi është të eksplorojë në mënyrë cilësore perceptimet dhe përvojat e mësimit lidhur me ndikimin e inteligjencës artificiale në marrëdhënien mësues–nxënës, si dhe të analizojë implikimet e saj në dimensionin emocional dhe social të procesit edukativ, me fokus të veçantë në mirëqenien e fëmijës. Hulumtimi është realizuar duke përdorur qasjen cilësore, përmes intervistave gjysmë të strukturuar me 10 mësuese të arsimit fillor dhe të mesëm të ulët.

Në përfundim, ky punim argumenton se sfida kryesore e edukimit në epokën e inteligjencës artificiale nuk qëndron në zëvendësimin e mësuesit, por në ruajtjen dhe forcimin e dimensionit human të marrëdhënies edukative, duke krijuar një ekuilibër të qëndrueshëm ndërmjet inovacionit teknologjik dhe mirëqenies së fëmijës.

Fjalë kyç: inteligjenca artificiale, marrëdhënia mësues–nxënës, empatia, mirëqenia e fëmijës, edukimi digjital.

Ndërtimi i marrëdhënieve me IA: kornizë teorike për bashkëpunimin *njeri-IA* në kontekste organizative

Ngadhnjim Mehmeti

MA Menaxhment, Kolegji AAB

e-mail: ngadhnjim2.mehmeti@universitetiaab.com

Abstrakt

Inteligjenca artificiale është bërë një nga temat më të diskutuara në organizatat moderne, mirëpo ende mbetet e paqartë mënyra se si ajo kuptohet dhe përdoret në praktikë. IA shpesh paraqitet sikur sistemet inteligjente tashmë kanë aftësi të plota njerëzore, edhe pse në praktikë ato ende varen nga mënyra se si projektohen, kontrollohen dhe përdoren nga njerëzit. Kjo mund të krijojë keqkuptime për rolin e IA-së në vendin e punës dhe për mënyrën se si organizatat duhet ta integrojnë atë. Ky studim teorik ka për qëllim të zhvillojë një kornizë për të kuptuar më mirë se si mund të ndërtohen marrëdhënie më të qëndrueshme dhe më kuptimplote midis njerëzve dhe inteligjencës artificiale brenda organizatave. Studimi mbështetet në teorinë e ndryshimit organizativ, strukturimin me në qendër njeriun. Argumenti kryesor i këtij punimi është se suksesi i IA-së në organizata nuk varet vetëm nga ajo që teknologjia është në gjendje të performojë, por më shumë nga mënyra se si organizatat e integrojnë atë në proceset ekzistuese të punës. Për këtë arsye, IA nuk duhet të shihet vetëm si një mjet që mund të zëvendësojë punonjësit, por si një sistem mbështetës që mund të ndihmojë në vendimmarrje, efikasitet dhe zhvillim organizativ. Megjithatë, gjykimi njerëzor, përgjegjësia etike dhe kontrolli i organizatës mbeten elemente të pazëvendësueshme. Punimi përfundon se bashkëpunimi i suksesshëm midis njeriut dhe IA-së kërkon një kulturë organizative të përgatitur, menaxhim të kujdesshëm të ndryshimeve dhe një qasje ku teknologjia shihet si plotësim i aftësive njerëzore, jo si zëvendësim i tyre. Kjo kornizë mund të shërbejë si bazë teorike për hulumtime të ardhshme dhe për zbatim praktik në organizata.

Fjalë kyç: Inteligjenca Artificiale, Bashkëpunimi Njeri-IA, Kornizë Organizative, Integrimi në Vendin e Punës, Ndryshimi Organizativ, Model Teorik.

Ndikimi i inteligjencës artificiale në gazetarinë digjitale: mundësia dhe sfidat etike

Resul Maxhuni

Kolegji AAB, Kosovë

E-mail: resul.maxhuni@aab-edu.net

Abstrakt

Evoluimi i shpejtë i inteligjencës artificiale ka ndikuar ndjeshëm në transformimin e gazetarisë digjitale, duke krijuar mundësi të reja për prodhimin, shpërndarjen dhe analizimin e informacionit. Ky studim synon të analizojë ndikimin e inteligjencës artificiale në gazetarinë digjitale, me fokus të veçantë në përfitimet dhe sfidat etike që ajo sjell në media. Qëllimi kryesor është identifikimi i mënyrave se si inteligjenca artificiale ndihmon gazetarët në verifikimin e informacionit dhe personalizimin e lajmeve, duke shqyrtuar njëkohësisht rreziqet që lidhen me dezinformimin, mungesën e transparencës dhe cenimin e etikës profesionale. Sipas hulumtimeve, inteligjenca artificiale rrit efikasitetin dhe shpejtësinë e raportimit mediatik, por në të njëjtën kohë krijon sfida serioze etike, veçanërisht në ruajtjen e besueshmërisë dhe objektivitetit të informacionit. Në përfundim, studimi thekson nevojën dhe rëndësinë e vendosjes së rregullave etike dhe përdorimit të përgjegjshëm të inteligjencës artificiale në gazetarinë moderne.

Fjalë kyç: inteligjencë artificiale, gazetari digjitale, etikë mediatike, dezinformim, media të reja.

Katalogimi në botim – (CIP)

Biblioteka Kombëtare e Kosovës “Pjetër Bogdani”

316.77:004.8(062)

Communication in the Age of AI : transformations, Politics, and Society : international Conference for Student Researchers / organizing Committee Hasan Saliu ... [etj.]. - Prishtinë : Universiteti AAB, 2026. - 75 f. ; 24 cm.

1. Saliu, Hasan 2. Abrashi, Gazmend 3. Luku, Elvin 4. Buja, Vrullim

ISBN 978-9951-832-39-7

ISBN 978-9951-832-39-7



9

789951

832397