

SHPRESË MULLIQI

ROLI I TEKNOLOGJISË INFORMATIVE NË NDËRTIMIN E IDENTITETIT TË DIASPORËS

316.776.2

ABSTRAKTI: Zhvillimi i teknologjisë informative, digjitalizimi dhe konvergjenca e medieve si dhe komunikimi nëpërmjet tyre nga përfaqësues të shtresave të ndryshme dhe vendeve të ndryshme po bëhet gjithnjë e më i rëndësishëm në formimin e identitetit të përbashkët të atyre që sot jetojnë të shpërndarë anekënd botës. Nëpërmjet eksplorimit të zhvillimeve në të kaluarën dhe tendencave aktuale, ky punim ofron një analizë gjithëpërfshirëse dhe shumështrësore të jetës së shqiptarëve nëpër botë dhe ndikimit të teknologjisë dhe medieve në ruajtjen e identitetit kombëtar të tyre.

Ky studim gjithashtu paraqet rolin e medias në ndërtimin e identitetit të diasporës dhe të atyre që kalojnë kufijtë ose që përkohësisht jetojnë jashtë sistemeve të komunikimit kombëtar, duke zbuluar gjithashtu në mënyra empirike se si ky raport është iniciuar dhe mbajtur në të vërtetë në jetën e përditshme, përkundër kompleksitetit të distancës hapësinore, duke krijuar mënyra të reja për të “jetuar së bashku” dhe duke vepruar transnacionalisht në epokën digjitale. Përdorimi i të dhënave të pasura të mbledhura në hulumtimin tonë shpalos marrëdhënien komplekse ndërmjet identitetit dhe medieve dhe tregon se si mediet bëhen agjentë të rëndësishëm për diasporën, identitetin dhe komunitetin në kohën e globalizmit.

Në konkluzione të këtij studimi del se teknologjitë e informimit dhe qasja në mediet e ndryshme ua ka mundësuar shqiptarëve në diasporë (dhe jo vetëm atyre) që ta kontrollojnë se me kë duan të ‘lidhen’ ose ‘shkëputen’, qofshin këta individë apo dhe komunitete të tëra në lagjen e tyre ose në vende të largëta, apo ta ruajnë identitetin e tyre kombëtar përkundër faktit se jetojnë në një hapësirë multikulturore dhe multietnike.

Fjalët kyçe: Diaspora, identiteti, teknologjia e informimit, komunikimi, globalizmi

Abstract: THE ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGY IN BUILDING THE IDENTITY OF DIASPORA

The development of information technology, digitalization and media convergence as well as communication through them by the representatives of different social levels and countries is becoming more and more important in shaping the common identity of those who live today around the world. Through the exploration of the past developments and current trends, this paper provides a comprehensive and multifaceted analysis of the lives of Albanians around the world and the impact of technology and media on preserving their national identity.

This study also represents the role of the media in building the identity of the diaspora and those who cross the borders or who temporarily live outside the national communication systems, by empirically revealing how this relationship was actually initiated and maintained in everyday life, despite the complexity of spatial distance, by creating new ways to “live together” and transnationally operating in the digital era. The use of rich data collected in our research reveals the complex relationship between identity and the media and shows how the media become important agents for diaspora, identity and community in the times of globalization.

Conclusions of this study show that information technologies and access to different media have enabled Albanians in diaspora (and not only them) to control who they want to "connect" or "break away" be it

individuals or communities in their neighborhood or in faraway places, or to preserve their national identity despite living in a multicultural and multiethnic space.

Key words: Diaspora, identity, information technology, communication, globalization

Hyrje

Duke u nisur nga fakti se ekzistojnë dallime kyçe ndërmjet teknologjisë së re mediale dhe të konvergjuar dhe teknologjive tradicionale të komunikimit (si radio dhe televizioni apo gazetat dhe revistat), ne në punimin tonë jemi mbështetur në faktin se - mediet shoqërore ua mundësojnë përdoruesve të tyre të krijojnë, ndajnë, konsumojnë si dhe të bashkëpunojnë rreth përmbajtjes në mënyra që nuk janë mbështetur nga teknologjitë e mëparshme. Kësisoj u është mundësuar që të krijojnë edhe identitete të reja apo edhe t'iu bashkohen identiteteve tashmë të etabluara në rrjet, gjë të cilën e bëjnë në bazë të kontekstit (ku janë) dhe audiencës (me të cilën ata janë) (Goffman, 1959).

Konceptet e diasporës dhe trans-nacionalizmit janë shumë të përfolura dhe shpesh kanë shërbyer si pikënisje për kërkuesit për ta studiuar migracionin ndërkombëtar dhe si rrjedhojë zhvendosjen e kufijve shtetërorë mes popujve. Megjithëse të dyja termet i referohen zhvillimeve ndërkufitare, diaspora në studimin tonë është përdorur për të shënuar grupet kombëtare që jetojnë jashtë atdheut, ndërkohë që termi trans-nacionalizëm është përdorur për t'iu referuar lidhjeve të qëndrueshme të emigrantëve nëpër vende të botës.¹ Zhdukja e kufijve midis sferës publike dhe private, ndryshimet në hapësirat e komunikimit shoqërorë dhe familjarë si dhe zhvillimet në esencën e identitetit² qoftë individual apo si pjesëtarë i një bashkësie, kërkojnë një studim ndërdisiplinorë për ta dëshmuar ndikimin e teknologjisë, medieeve në rrjet³ dhe rrjeteve shoqërore, fillimisht të përdorura nga të rinjtë, ndërsa tani nga të gjitha grupet demografike të popullsisë shqiptare, brenda dhe jashtë Kosovës, dhe asaj globale.

Duke gjetur mbështetje në fushën e shkencave shoqërore, këto disiplina mund të përfitojnë pa masë nga hulumtimi i ndikimit të medias dhe teknologjisë së komunikimit, duke siguruar njohuri për jetën e përditshme të njerëzve që në rrjet ndajnë lidhjet familjare dhe përrjetojnë një ndjenjë të veçantë të përkatësisë në vende të ndryshme. Shih për këtë, nëpërmjet këtij studimi, ne jemi përqendruar në trajtimin e veçantë të identitetit të krijuar nën ndikimin e medieeve, si një identitet i zgjedhur apo edhe një strukturë dinamike dhe shumëdimensionale që i referohet identitetit të dikujt apo "ndjenjës së vetës si anëtar i një grupi" (Phinney, 2003, fq. 63). Sipas Giddens (1991) identiteti është një përkatësi që vazhdimisht ripërpunohet, gjë të cilën e pohon edhe psikologja Xhin Fini (Jean Phinney) e cila thotë se "identiteti etnik nuk është një kategorizim fikse, por një koncept fluid dhe dinamik i të kuptuarit të vetvetes dhe përkatësisë etnike, i ndërtuar dhe modifikuar pasi që individët bëhen të vetëdijshëm për përkatësinë e tyre etnike, në një mjedis të madh (socio-kulturor)" (2003, fq 63). Andaj, edhe gjatë hulumtimit tonë, ne e kishim parasysh faktin se: identiteti është një gjendje e ndryshueshme e zhvilluar në kontekste të ndryshme historike, kulturore dhe ekonomike, i përshtatur dhe jo një gjendje e paracaktuar. Madje, kjo ishte

¹ Termet diasporë dhe trans-nacionalizëm shpesh e zëvendësojnë njëra-tjetrën në komunikimin shkencorë ndonëse, të dy termat reflektojnë gjenealogji të ndryshme intelektuale të cilat flasin për kategori të ngjashme të personave të migrimit të detyruar dhe vullnetar.

² Me identitet nënkuptojmë të qenit pjesë të një kategorie sociale; një përkatësi ose anëtarësim në një kategori shoqërore me të cilën një person apo grupe njerëzish identifikohen dhe në të cilën kontribuojnë. Kjo ndryshon nga identiteti personal dhe koncepti i vetes (Harter 1990). Ne fokusohemi në atë se si aktorët identifikohen me identitetet sociale të dukshme për shoqërinë e tyre dhe si përvetësimi i atyre identiteteve shoqërore ndryshon me kalimin e kohës.

³ Sipas fjalorit të Merriam-Websterit në rrjet donë të thotë: të jesh i lidhur, në shërbim ose i qasshëm nëpërmjet një sistemi kompjuterik ose telekomunikues (siç është interneti). Marrë nga: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/online>

pikërisht pikënisja për të kuptuar identitetin e krijuar nëpërmjet medieve, teknologjisë, internetit dhe rrjeteve shoqërore¹.

Duke u nisur nga ajo që u tha më lartë dhe në bazë të këtyre perspektivave, është zhvilluar ky hulumtim ndërsa disa nga pyetjet kyçe që kontribuuesit e mundshëm ishin të ftuar për të adresuar kishin të bënin me rolin e medieve në integrimin e diasporës, sa e kanë avancuar mediet integrimin e familjeve që kanë migruar² në komunitetet lokale, kombëtare dhe transnacionale³? Sa e kanë penguar integrimin e familjeve që kanë migruar në komunitetet lokale, kombëtare dhe transnacionale? Si kanë ndikuar mediet dhe teknologjia në ndërtimin e identiteti kombëtar në mesin e komuniteteve migrante transnacionale?

Ndonëse është e vështirë të pretendohet se nëpërmjet këtij studimi mund ta paraqesim një pasqyrë të plotë të shprehive të shqiptarëve në diasporë⁴ që ndërlidhen me përdorimin e teknologjisë dhe konsumin e produkteve mediale, megjithatë mund të themi se gjatë bashkëbisedimit me përfaqësues të diasporës dhe të migracionit janë shpërfaqur gjetje interesante e që ndërlidhen me rolin dhe ndikimin e teknologjisë dhe medieve në ruajtjen e identitetit kombëtarë dhe në ndërtimin e identiteteve tjera. Komunikimi me bashkëbisedues është bërë drejtpërdrejtë, në Zvicër, Gjermani dhe Shtetet e Bashkuara të Amerikës (në tekstin e mëposhtëm Amerikë) dhe nëpërmjet komunikimit në rrjet.

Metodologjia

Siç edhe u tha më lartë, identiteti dhe përkatësia janë procese dinamike dhe kolektive andaj dhe studimi i tyre nëpërmjet një metodologjie sasiore do të kërkonte një hulumtim afatgjatë për ta analizuar ndikimin e medieve në identitetin e diasporës shqiptare, në secilin shtet veç e veç. Shih për këtë, në studimin tonë i cili e mbulon krijimin e identiteteve diasporike dhe migrante të ndikuara nga mediet dhe teknologjia jemi orientuar nga metodologjitë cilësore meqenëse, si metodë, kjo e mundëson studimin e përvojave jetësore të njerëzve në vendndodhjen e tyre. Kjo metodologji, po ashtu, i përshtatet më së miri objektivave të këtij studimi, kryesisht për faktin se na e mundësoj që ta kuptojmë situatën në tërësinë e saj⁵ ndërsa nëpërmjet observimit kemi mundësi ta shohim se si ndjehen folësit gjatë bisedës mbi identitetin nacional dhe identitetet e krijuara nën ndikimin e medieve dhe teknologjisë.

Meqenëse ka mungesë studimesh që ndërlidhen me identitetin e diasporës së Kosovës dhe të atyre që kalojnë kufijtë ose që përkohësisht jetojnë jashtë sistemeve të komunikimit kombëtar, ky hulumtim është

¹ <http://diasporaflet.org/platform/>

² Sipas Ligjit Nr. 04/L – 095 për Diasporën dhe Mërgatën: Mërgimtar apo pjesëtar i diasporës dhe mërgatës është çdo person që ka vendbanim apo vendqëndrim jashtë Republikës së Kosovës dhe që ka lindur apo ka prejardhje familjare nga Kosova. Për studimin tonë si i tillë është shumë i rëndësishëm sepse për qëllim ka ruajtjen dhe kultivimin e identitetit kombëtar, gjuhësor, kulturor e arsimor të pjesëtarëve të diasporës dhe mërgatës, dhe lidhshmërinë e tyre me institucionet e Republikës së Kosovës.

³ Ndonëse termet diasporë dhe transnacionalizëm ndonjëherë përdoren në mënyrë të ndërsjellë, megjithatë për ne është me rëndësi ta bëjmë ndarjen e tyre për shkak se ato kanë gjenealogji të ndryshme. Transnacionalizmi është një term më i gjerë se 'diaspora' në dy aspekte. Njëra ka të bëjë me fushëveprimin e grupeve. Diaspora lidhet më shpesh me grupet dhe komunitetet fetare, etnike dhe kombëtare, ndërsa qasjet transnacionale lidhen me të gjitha llojet e formacioneve shoqërore, duke përfshirë edhe ato të përmendura më parë, si dhe me fenomene të tilla si rrjete të biznesmenëve dhe lëvizjeve sociale. Nga ana tjetër, në konceptimet postmoderne, "diaspora" më së shpeshti lidhet me një formë të organizatës transnacionale që përfshin një vend të caktuar të origjinës dhe një grup vendesh pritëse. Në të kundërt, "komuniteti transnacional" përfshin një gamë më të gjerë fenomenesh, siç janë komunitetet ndër-kufitare të fshatrave ose komunitetet kufitare. Kështu, komunitetet transnacionale përfshijnë diasporën, por jo të gjitha komunitetet transnacionale janë diasporë. Dimensionin e dytë ka të bëjë me identitetin dhe lëvizshmërinë. Diaspora fokusohet në aspektet e identitetit kolektiv, ndërsa qasjet transnacionale më shumë kanë të bëjnë me lëvizshmërinë ndër-kufitare.

⁴ Termi 'Diaspora' sipas Stefan Dufiks (Stephane Dufoix, 2008), është fjalë me origjinë Greke, dhe nënkupton shpërndarjen nëpër botë të njerëzve me përkatësi të njëjtë territoriale.

⁵ Nuk e kemi përdorur metodologjinë e etnografisë virtuale për shkak të kohës dhe pamundësisë për të punuar me të dhëna të ndryshme. Ajo që mund të sugjerojmë për studiuesit tjerë është se metodologjia etnografike e zbatuar në studimin e mjedisit teknologjik sjell një shikueshmëri konkrete të gjurmëve të sjelljes së konsumatorëve të medieve dhe jep mundësi për t'iu qasur këtyre të dhënave në vazhdimësi për ta vlerësuar procesin dhe zhvillimet.

kryesisht eksplorues dhe kështu, ai shmang vendosjen apriori të një lidhje të fortë shkakësore midis konsumit të medias dhe krijimit të identiteteve të caktuara. Si raste studimore që ilustronë metodologjinë tonë cilësore, ne kemi përzgjedhur 30 migrant shqiptarë (5 përfaqësues të diasporës së fazës së parë 1960-1988; 10 përfaqësues të diasporës së fazës së dytë 1989-1997; 10 përfaqësues të diasporës së fazës së tretë, grupi i refugjatëve të luftës së vitit 1998/99 në Kosovë, dhe, 5 përfaqësues të diasporës së fazës së katërt 2000-2007) që jetojnë në Zvicër, Gjermani dhe Amerikë, duke synuar që nëpërmjet rrëfimeve dhe përvojave të tyre ta kuptojmë procesin nëpërmjet të cilit është ruajtur identiteti kombëtar në ndërkohë që janë ndërtuar identitete tjera, me fokus të veçantë identitetin i cili ndërlidhet me ndikimin e medieeve. Gjithashtu këtu janë hulumtuar edhe shfletimet e tyre në internet, diskutimet në rrjetet shoqërore si Facebook dhe Instagram, platforma këto të komunikimit në internet që mbështesin ndërveprimet shoqërore relevante midis kontakteve (Ellison, Steinfield & Lampe, 2011) nga vendi i origjinës dhe vendi mikpritës.

Të dhënat e paraqitura në këtë punim janë mbledhur gjatë tre viteve, ndonëse historitë e bashkëbiseduesve mbulojnë përvojat e tyre gjatë një periudhe shumëvjeçare. Jemi përcaktuar për këtë shtrirje kohore ngase bashkëbiseduesit kanë qenë të përfshirë në shumë momente kyçe për jetën e migracionit shqiptar që kishin implikime në zgjidhjen e dilemave për integrim në bashkësi të reja dhe ruajtje të identitetit kombëtar.

Korrelacioni mes medieeve, diasporës dhe identitetit

Teoria e Turkle-it (1995) se identiteti në rrjet resonon thellë me një ndryshim më të madh kulturor, përkatësisht postmodernist, si dhe se përvojat tona në internet po kontribuojnë në një rishqyrtim kulturor të nocionit të pranuar tradicionalisht dhe unitar të identitetit vjen për shkak të, siç thotë Turkle (1997), “aftësisë mbajtëse” që kompjuterët kanë karshi konsumatorëve, duke u kthyer kështu në “objekte kulturore” të fuqishme (Turkle, 1995). Kjo ngase, duke dashur të lidhen me atdheun e tyre si dhe kulturën, migrantët shpesh duhet tu qasen medieeve në rrjet dhe rrjeteve shoqërore, duke mos i përcjellë vetëm mediet nga vendlindja (satelitore apo kabllore).

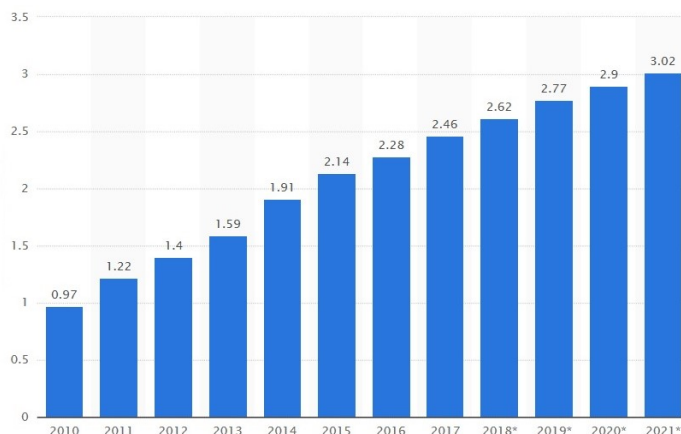
Edhe sipas studiuesve të ndryshëm, zhvillimi i teknologjisë informative, digjitalizimi dhe konvergjenca e medieeve si dhe komunikimi nëpërmjet rrjeteve shoqërore nga përfaqësues të shtresave të ndryshme dhe vendeve të ndryshme po bëhet gjithnjë e më i rëndësishëm në formimin e identitetit të përbashkët të atyre që sot jetojnë të shpërndarë anekënd botës¹.

Rrjetëzimi shoqëror i përfaqësuesve të shtresave të ndryshme dhe vendeve të ndryshme, si një nga aktivitetet më të njohura në rrjet me shkallë të lartë të angazhimit të përdoruesve dhe zgjerim të mundësive mobile, konsiderohet si kontribuues në ruajtjen e identitetit kombëtar të diasporës dhe të atyre që kalojnë kufijtë ose që përkohësisht jetojnë jashtë sistemeve të komunikimit kombëtar (Stevenson, 2002; Couldry, 2012). Për më tepër medieeve shpesh u atribuohen role kyçe në formësimin, ruajtjen, reflektimin dhe krijimin e identiteteve (Christiansen, 2004). Kjo duket se konfirmon edhe pikëpamjen e Arjun Appadurai (1996)² i cili konsideron se mediet dhe emigracioni janë dy dukuri të mëdha dhe të

¹ Gjatë hulumtimit ne kemi identifikuar platformën interaktive “Diaspora flet”e cila i dedikohet diasporës, një hapësirë kjo virtuale për t’u lidhur me njëri-tjetrin dhe me komunitetet përreth. Sipas faqes të drejtë kyçe kanë të gjitha organizatat formale apo jo formale në diasporë (OJQ-të, asociacionet, institucionet fetare, grupet sportive, kulturore, dhe të tjera) dhe për më tepër ato mund të krijojnë profilin e tyre në platformë, dhe ta përditësojnë atë me informata në çfarëdo kohe. <http://diasporaflet.org/platform/>

² Arjun Appadurai, është antropolog bashkëkohor i njohur si një teoricien i madh në studimet e globalizimit. Në punën e tij, në fushën e antropologjisë, ai diskuton rëndësinë e modernitetit të shteteve kombe dhe të globalizimit. Aktualisht është anëtar i fakultetit në Departamentin e Kulturës dhe Komunikimit të Medieeve të Universitetit të Nju Jorkut në Shkollën Steinhardt. http://steinhardt.nyu.edu/faculty/Arjun_Appadurai

ndërlidhura, marrëdhëniet e të cilëve, me njëri-tjetrin, janë çelësi për të kuptuar lidhjen mes botës dhe modernitetit, dhe se ndikimi i tyre në ruajtjen e identitetit, në krijim dhe kyçje në identitete tjera është i pamohueshëm. Shih për këtë me interes për studimin është edhe fakti se në Kosovë, 80.9 përqind e popullatës janë përdorues të Internetit, nga të cilët 45.7 përqind janë anëtarë të Facebook¹, dhe se 71 përqind e përdoruesve të internetit në mbarë botën, ku bëjnë pjesë edhe shqiptarët e migruar, janë përdorues të rrjeteve shoqërore dhe këto shifra pritet të rriten².



Grafika 1. Numri i përdoruesve të medieve shoqërore në mbarë botën nga 2010 në 2021 (të shfaqur në miliarda). Grafika është marrë nga ueb faqja Statista³

Sipas statistikave të Facebook, numri i përdoruesve të këtij rrjeti në botë arrin në 2.01 miliard përdorues aktivë për muaj⁴, mirëpo nuk duhen harruar edhe faqet e tjera të njohura të rrjeteve shoqërore si Instagram, Twitter, LinkedIn, etj. Që kanë gjithashtu një rol të rëndësishëm në krijimin e identitetit individual dhe në grup.

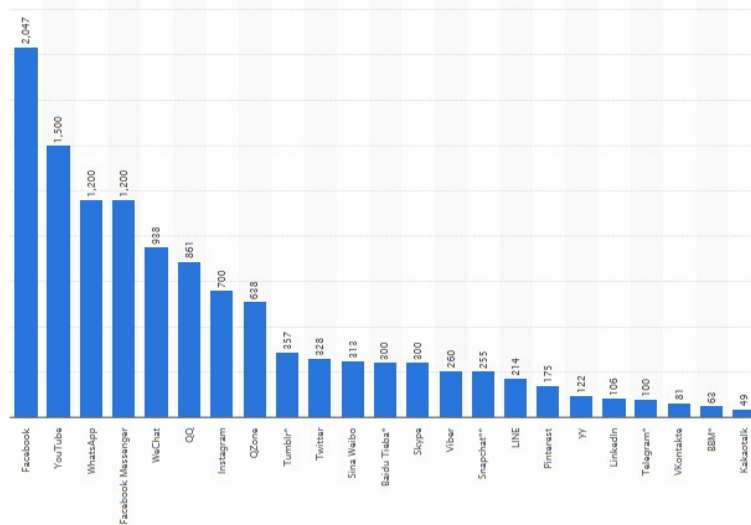
¹ Të dhënat janë marrë nga faqja zyrtare e Internet World Stats dhe mund te gjenden në lidhësen e bashkangjitur. <http://www.internetworldstats.com/europa2.htm#kv>; Shikuar me 15.04.2017

² Portali i Statistikave, Statistika dhe Studime nga më shumë se 18,000 Burime;

<https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

³ <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

⁴ Sipas statistikave të Facebook janë 1.32 miliardë përdorues aktivë ditore mesatarisht për muajin qershor të vitit 2017, dhe 2.01 miliard përdorues aktivë mujor; <https://newsroom.fb.com/company-info/>. Shikuar me 12.07.2017



Grafika 2. Faqet më të famshme të rrjeteve shoqërore në mbarë botën që nga gushti 2017, renditur sipas numrit të përdoruesve aktivë (të shfaqur në miliona); Grafika është marrë nga ueb faqja Statista¹

Andaj interneti, i cili mundëson komunikimin global midis njerëzve (Wellman & Hampton, 1999), teknologjia e komunikimit dhe informimit si dhe lëvizja e vazhdueshme e njerëzve, sikur e kanë destabilizuar paradigmen e identitetit tradicional, atë ndjenjë të identitetit kulturor të bazuar në komb-shtet. Për më tepër, interneti sikur është kthyer në një vlerë të veçantë ngase paraqet një “hapësirë-shtet” virtual për bashkimin e njerëzve të shpërndarë gjeografikisht. Dhe, falë mundësive që ofrojnë rrjetet² e ndryshme në internet është inkurajuar edhe krijimi i komuniteteve në rrjet të cilat sipas Wellman dhe Hampton (1999) mund të tejkalojnë distancën midis individëve përmes ofrimit të opsioneve të ndryshme për të komunikuar pa marrë parasysh kohën dhe vendin. Ndërsa komunitetet në rrjet, të pajisura me karakteristika nacionale dhe virtuale, kanë zënë një pozitë të rëndësishme brenda hapësirës kibernetike³. Në punimin, është e konfirmueshme se përfaqësuesit e diasporës sonë (nga të gjitha trevat shqiptare të Ballkanit) janë bërë pjesë e këtij komuniteti në rrjet, ku përfshihen të gjithë ata që migrojnë në nivel transnacional, si emigrantët ose grupet tjera etnike minoritare. Këto janë ato grupe që e përdorin internetin për të maksimizuar avantazhet për komunitetet në rrjet (Wenger, 1998) ngase ato iu ofrojnë një hapësirë virtuale e cila nuk është e kufizuar nga distanca gjeografike dhe e cila ua mundëson të ndërtojnë rrjete virtuale në një shoqëri të re.

Mediet si agjentë të rëndësishëm për diasporën, identitetin dhe komunitetin në kohën e globalizimit
 Diaspora, që në gjenezën e saj ndërlihet me zhvendosjen e individëve apo grupeve nga vendi i origjinës në një territor tjetër (Faist, 2010, fq. 9), respektivisht me mërgimin e hebrenjve nga atdheu i tyre historik,

¹ Për më shumë informata shih ueb faqen e Statista: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>

² Njerëzit kanë qenë gjithmonë në kërkim të mënyrave për t'u lidhur dhe rrjetëzuar me njëri-tjetrin. Dhe, në këtë epokë të digjitalizimit, njerëzit kanë gjetur mënyra për të qenë aktiv, gjë që është bërë e mundur me shfaqjen e platformave të shumta të rrjeteve shoqërore dhe aplikacioneve të ndryshme nëpërmjet internetit. <https://makeawebsitehub.com/social-media-sites/>

³ Sipas Oxford dictionary hapësira kibernetike është një mjedis imagjinar në të cilin komunikimi ndodh nëpërmjet rrjeteve kompjuterike. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/cyberspace>

tani përdoret metaforikisht për popullsitë e emigrantëve,¹ të pakicave që kanë migruar në vende të reja, si refugjatët politikë, refugjatëve ekonomik, banorët e huaj, e kështu me radhë (Cohen, 2008, fq. 10). Ndaj dhe, edhe studimi i ndërveprimit të tyre me vendin e origjinës, ndërmjet veti dhe me integrimin e tyre në vendbanimin e tyre të dytë është shumë i rëndësishëm.

Sipas statistikave të institucioneve tona, në diasporë jetojnë një numër shumë më i madh i njerëzve që kanë lidhje të drejtpërdrejta me Kosovën sesa në vetë Kosovë (Forumi Kulturor, Janar 2016). Ndaj, edhe rëndësia e ndërveprimit të diasporës me vendin e origjinës është rishikuar gjithnjë e më shumë me shpërfaqjen e medieve të reja dhe teknologjive të informacionit². Përveç kësaj, globalizimi bashkëkohor siguron një kontekst të dukshëm në të cilin ndërthuren njerëzit e diasporës dhe mediet e tyre (Cohen, 2008).

Teknologjitë e reja të informacionit dhe të komunikimit, tok me zgjerimin e sistemeve mediatike globale, kanë përshpejtuar formimin e identitetit, rritjen dhe mirëmbajtjen e diasporës bashkëkohore. Interneti gjithnjë e më shumë po bëhet pika e parë e "hyrjes informative" për diasporën, madje edhe para ardhjes së tyre aktuale (Alonso & Oiarzabal, 2010, fq. 2). Për pjesëtarët e diasporës Interneti është kthyer në një lidhje të re për komunikim interaktiv si me atdheun ashtu dhe me vendin mikpritës. Prandaj, është e rëndësishme të kuptohet se si pjesëtarët e diasporës e përdorin hapësirën në internet në jetën e tyre të përditshme si emigrant dhe se si mediet e reja mund të krijojnë "diasporë digjitale", një formë e re të "bashkëjetesës" për grupet diasporike në internet (Tsagarousianou, 2004, f. 62).

Një nga mënyrat më efektive për të studiuar diasporat digjitale është shfrytëzimi i qasjeve më të detajuara etnografike për të shqyrtuar se si kushtet e grupeve të veçanta në një shoqëri ndërthuren me hapësirën e komuniteteve në rrjet dhe si, nga ana tjetër, komunitetet në rrjet ofrojnë një vend kuptimplotë në të cilin jeta e tyre është rindërtuar. Nëpërmjet kësaj mund të mësojmë, cilat lloje të mundësive të reja ofrohen nga komunitetet në rrjet, duke lejuar emigrantët bashkëkohorë të kontribuojnë në formimin e diasporave digjitale. Duke vepruar kështu, teknologjitë e reja të medias mund të kuptohen në kontestin e mjeteve për të ndërtuar vizionet specifike përtej asaj që imponohet pasivisht tek publiku (Wellman, B., & Hampton, K. 1999).

Gjetjet e studimit

Duke e pasur parasysh mungesën e hulumtimeve që ndërlidhen me ndikimin e medieve dhe teknologjisë, internetit dhe rrjeteve shoqërore në diasporën, ky studim hulumton komunitetin në rrjet të formuar në mesin e emigrantëve të Kosovës. Në mënyrë të veçantë, nëpërmjet këtij studimi ia kemi dalë që ta analizojmë rolin e medias në ndërtimin e identitetit të diasporës dhe të atyre që kalojnë kufijtë ose që përkohësisht jetojnë jashtë sistemeve të komunikimit kombëtar. Duke u fokusuar në konceptet e identitetit, komunitetit dhe integrimin ne ia kemi arritur që ta kuptojmë se Interneti ua ka krijuar të një ndjenjë identiteti dhe komuniteti në epokën e medias digjitale.

Falë zhvillimeve të teknologjisë së komunikimit, përfaqësuesit e diasporës janë pjesë të forumeve të ndryshme, grupeve të ndryshme të interesit, grupeve të ndryshme që mbledhin pasues nga etni të

¹ Sipas përkufizimeve të nxjerra nga Ligji Nr. 04/L – 095, për Diasporën dhe mërgatën, Mërgimtar apo pjesëtar i diasporës dhe mërgatës – është çdo person që ka vendbanim apo vendqëndrim jashtë Republikës së Kosovës dhe që ka lindur apo ka prejardhje familjare nga Kosova.

² Nga të dhënat në dispozicion kemi ardhur në përfundim se Ministria e Diasporës e Republikës së Kosovës organizon një numër të aktiviteteve në fushën e kulturës, siç janë: hapja dhe menaxhimi i Qendrave Kulturore të Kosovës në Diasporë dhe Mërgatë, furnizimi me libra të gjuhës dhe kulturës shqipe në shkollat e organizuara në diasporë, organizimi i ditëve të kulturës shqiptare në botë, subvencionimi i projekteve të shoqatave dhe grupeve e individëve në diasporë, rrjetëzimi i shoqatave dhe grupeve kulturore në diasporë, promovimi dhe përkrahja e botimit të librave të shkrimtarëve nga diaspora, me qëllimin e vetëm që përmes këtyre aktiviteteve ta ruaj identitetin nacional.

ndryshme pa dallime dhe përplasje kombëtare. Nga komunikimi me përfaqësues të diasporës nga Zvicra, Gjermania dhe Amerika del se një numër i identiteteve, në mesin e përfaqësuesve të diasporës, kanë filluar si reagim ndaj lajmeve të paraqitura në medie dhe në rrjete shoqërore. Kjo është veçanërisht e rëndësishme për informatat që kanë të bëjnë me krizat politike dhe ekonomike; lajme rreth të arriturave të shqiptarëve, lajmeve që kanë ndikim në jetën e shqiptarëve në përgjithësi, etj.

Në pyetjen tonë se cili është roli i medieve në avancimin ose pengimin e integritetit të familjeve që kanë migruar në komunitetet lokale, kombëtare dhe transnacionale? Dhe, si ndryshojnë rolet e medias sipas moshës, etnisë apo vendit ku kanë migruar? Rreth 60 përqind e të intervistuarve, shumica e tyre meshkuj, të cilët i përkasin emigrantëve të viteve të 1960-1988 dhe 1989-1997, kanë deklaruar se mediet kontribuojnë në avancimin e integritetit. Sipas tyre në kohën kur ata janë larguar nga Kosova mundësitë e komunikimit dhe informimit nëpërmjet medieve në gjuhën shqipe ishin të kufizuara¹, ndërsa komunikimi me vendësit ishte i pakët, për faktin se *shumica e diasporës shqiptare janë punësuar në vendet ku nevojiteshin vetëm aftësitë bazike të gjuhës vendase*.² Shih për këtë kontributi i medieve vendëse në ndërtimin e identitetit të migrantëve shqiptar, ishte i pamohueshëm. Ky ndikim ka qenë edhe më i madh sepse, sipas tyre, droja se do ta humbasin identitetin kombëtar ishte e vogël. Krijimin e këtyre identiteteve e shpjegojnë në formësimin e tyre individual por edhe si pjesë të komunitetit. Ndryshimet kanë qenë më se evidente si në sjellje (nga modelet e krijuara nëpërmjet medieve), veshje, në të ushqyer e deri te dëgjimi i muzikës, përzgjedhja e filmave, e kështu me radhë. Në anën tjetër 40 përqind e të intervistuarve kanë deklaruar se mosnjohja e gjuhës së vendeve mikpritëse ka bërë që ata mos të komunikojnë me mediet e vendeve pritëse, dhe, meqenëse nuk ishin të ndikuar nga ato, të gjitha ndryshimet identitare ua atribuojnë takimeve të përditshme dhe vetë mënyrës së jetës në komunitetin e ri. Për më tepër ishte një konstatim i përbashkët se mungesa e rrjeteve komunikuese të cilat sot janë në dispozicion, ka bërë që koha e përshtatjes me kulturën e re të jetë më e gjatë.

Nga ana tjetër 67 përqind e të intervistuarve nga grupa e refugjatëve të luftës së vitit 1998 - 1999 në Kosovë dhe të dyndjeve të viteve 2000-2007, ndryshimet identitare (jo kombëtare), ua atribuojnë medieve dhe teknologjive të komunikimit dhe informimit. Sipas të intervistuarve ndryshimet kanë ndodhur sidomos falë medieve të reja të cilat ua ka mundësuar atyre që të komunikojnë në rrjet me vendin e origjinës por edhe me përfaqësuesit e vendeve ku kanë migruar. Ky komunikim ka ndihmuar në krijimin e identitetit të përafërt me grupet tjera ende pa u larguar nga vendi i gjenezës, gjë që edhe integritetin e ka bërë më të lehtë dhe fazën e adaptimit më të shkurtër. Për më tepër ata konsiderojnë se janë krijuar identitete të përbashkëta të atyre që sot jetojnë të shpërndarë anekënd botës pavarësisht distancës gjeografike. Mirëpo, po sipas përfaqësuesve të kësaj grupe, leximi i të njëjtave informata, konsumimi i të njëjtave produkte mediatike, falë rrjetëzimit të mundësuar nga teknologjia gjithashtu ka kontribuar në ruajtjen e identitetit kombëtar të atyre që kalojnë kufijtë ose që përkohësisht jetojnë jashtë sistemeve të komunikimit kombëtar. Falë këtij komunikimi sot është më lehtë që ata të përfshihen në shoqëritë e vendeve mikpritëse.

Kontributi i medieve të Kosovës në krijimin dhe ruajtjen e identitetit

Është interesante të theksohet edhe ajo se, jo të gjithë bashkëbiseduesit janë të kënaqur nga oferta e medieve nga vendlindja. Disa prej tyre, për shembull, përmendin se përpiqen qëllimisht ta izolojnë veten nga mediet shqiptare (jo vetëm nga Kosova por edhe nga rajoni dhe të huajat). Kjo, argumentojnë ata,

¹ Intervistë me B.A., migrant i viteve të 60'ra, e zhvilluar në Oberursel, Gjermani për nevojat e këtij hulumtimi.

² Denis Nushi, Identiteti i diasporës, më 12/09/2012 Gazeta55; <http://gazeta55.al/identiteti-i-diaspores/>

është kryesisht për shkak se realiteti i paraqitur nga mediet vendase është shumë i dhimbshëm dhe zhgënjyese (sidomos në kohën e zgjedhjeve kur problemet e vendit vijnë në sipërfaqe).

Sipas pjesëmarrësve në këtë studim, mediet kryesore në Kosovë nuk adresojnë plotësisht nevojat e komunikimit të përfaqësuesve të diasporës së shqiptarëve të Kosovës dhe as nuk i përfaqësojnë ato në mënyrë të ekuilibruar. Ndërkohë që qasja në informata përmes teknologjisë, medieve dhe rrjeteve shoqërore u jep atyre një rrugë për të kuptuar më qartë çështjet që prekin komunitetin e tyre, një ndjenjë më të fortë identiteti dhe kohezioni social dhe një lidhje me një komunitet të perceptuar transnacional. Gjithashtu, sipas të intervistuarve, ekziston një shqetësim në rritje se mediet kryesore nuk reflektojnë çështjet dhe shqetësimet e emigrantëve, andaj, këtë boshllëk të krijuar po e shfrytëzojnë “mediet” – adresa në Facebook, që “ndihmojnë” në plotësimin e këtij boshllëku (Williamson dhe DeSouza, 2006). Lidhjet në rritje ndërmjet njerëzve nga vende të ndryshme, produkt i një globalizimi i përshpejtuar, gjithashtu kanë krijuar identitete transnacionale midis përfaqësuesve të diasporës që banojnë në disa shtete. Shih për këtë edhe nevoja për një mbulim medial nga mediet kryesore të Kosovës do të ndihmonte në ndërtimin e një rrjeti lidhjesh midis këtyre transnacioneve, duke ua mundësuar atyre të ruajnë dhe të rrisin identitetet e tyre kulturore.

Konkluzion

Turkle teorizon se përvojat tona me kompjuterë dhe përvojat tona në internet po sfidojnë nocionin tradicional të identitetit të kulturës sonë (Turkle, 1997). Interneti, që lidh miliona njerëz së bashku në të gjithë globin, ka ndryshuar ndjeshëm mënyrën se si mendojmë për identitetin (Turkle, 1999). Ndryshe nga ndërveprimi ballë për ballë, ndërveprimi në internet ofron një mundësi për të qenë anonim, i padukshëm dhe i shumëfishtë (Turkle, 1995). Përdoruesit kanë mundësinë të portretizojnë, përjetojnë dhe shprehin aspekte të pa eksploruara të vetes (Turkle, 1999).

Sipas bashkëbiseduesve, gjithashtu, shumë tema të diskutimit në mesin e diasporës kanë filluar si reagim ndaj lajmeve të paraqitura në medie dhe në rrjete shoqërore, duke krijuar kështu identitete politike. Sipas observimeve tona mediet konsumohen nga diaspora¹ dhe migrantët shqiptar kryesisht për të mbajtur në kontakt me atë që ndodh në atdhe (zhvillimet politike, ekonomike, shoqërore dhe kulturore) dhe gjithashtu për të mbajtur “një sy” në atë që ndodh në diasporat e tjera shqiptare. Shih për këtë shumë medie në Kosovë kanë emisione të veçanta të cilat u dedikohen komuniteteve shqiptare në diasporë, ndonëse numri i tyre nuk është i mjaftueshëm. Përveç kësaj, një numër i stacioneve televizive dhe radiove herë pas here diskutojnë për çështjet me interes për diasporën tonë.

Përveç medieve shqiptare, diaspora dhe mërgata shqiptare përdorë edhe shumë burime të tjera të informacionit nga mediet e huaja si, BBC, Deutsche Welle dhe Zëri i Amerikës. Kështu ata janë në gjendje të bëjnë krahasime dhe të nxjerrin përfundime se cilat vende kanë tendencë të jenë më mirëpritëse apo, përkundrazi, më diskriminuese ndaj migrantëve në përgjithësi (dhe natyrisht ndaj migrantëve shqiptarë në veçanti).

Ndërsa analizuaam të dhënat empirike, një tjetër gjetje interesante u shfaq në lidhje me përdorimin e medieve nga shqiptarët e diasporës dhe mërgatës. Meqenëse koncepti i identiteteve të shkëputura gjithnjë e më shumë përdoret në shkencat shoqërore për të përcaktuar mundësinë e bashkëjetesës, gjetjet e paraqitura deri më tani tregojnë faktin se përdorimi i një vargu të ndryshëm të burimeve të medias në përgjithësi thekson nevojat e ndryshme të informacionit të përdoruesve. Shqiptarët në rrjet duket të jenë të

¹ Fjala greke diaspeirein do të thotë shpërndarje dhe përdoret që nga shekulli i 19të për popuj apo grupe etnike që lëshuan vendin lindjen e tyre tradicionale dhe u shpërndanë nëpër botë. Fjala diasporë është e lashtë dhe fillimisht përdorej për etni religjioze s.p.sh. Jevrejtë.

interesuar në mënyrë të barabartë në çështjet shqiptare por edhe ato që ndërlidhen me Zvicrën, Gjermaninë dhe Amerikën, si dhe ngjarjet ndërkombëtare. Për më tepër, emigrantët shqiptarë duket se preferojnë të përdorin burime të ndryshme informacioni me qëllim që ta “kontrollojnë” të njëjtën pjesë të lajmeve nga më shumë se një burim.

Në përfundim, nëse insistojmë në identifikimin e një lidhjeje midis modeleve të konsumit të medias dhe nivelit të integritit (ose ndryshe ndarjes), kjo pasqyrë e burimeve të medias që përdorin shqiptarët mund të tregojë vetëm një ndjenjë mjaft fluide dhe hibride të identifikimit diasporik, në vend që të sugjerojë një besnikëri të verbër ndaj atdheut ose shoqërisë pritëse. Kështu mund të përfundojmë se mediet në rrjet dhe rrjetet shoqërore përbëjnë një platformë ku përmbajtja e medieve nga burime të ndryshme mblidhet dhe diskutohet nëpër rrjete shoqërore, duke krijuar identitete të ndryshme në bazë të preferencave.

Ky studim theksoi disa aspekte që dalin nga hulumtimi empirik mbi diasporën e shqiptarëve të Kosovës që jeton në perëndim dhe mediet e përdorimit të tyre në mënyrë që të negociojnë hapësira simbolike të identitetit. Gjetjet treguan se shqiptarët e Kosovës që jetojnë jashtë “atdheut” konsumojnë informata nga një shumëllojshmëri burimesh. Megjithatë, shumë nga pikëpamjet e shprehura në studim argumentuan se shumica e përfaqësimeve të kësaj diaspore në media priren të jenë shumë negative dhe ky fakt ka ndikuar mjaft në identitetin e tyre: ndjehen të turpëruar për stereotipat negative dhe ndjenjat në zhvillim të inferioritetit rreth asaj se kush janë ata si një komunitet diasporik. Për shumë nga të anketuarit, teknologjia, mediet dhe rrjetet shoqërore përfaqësojnë një vend të sigurt ku mund të kujtonin aspektet pozitive të të qenit shqiptarë dhe t'i përdorin këto simbole për të rifituar respektin e humbur për atdheun e tyre, gjuhën dhe kulturën e tyre dhe përfundimisht për bashkëkombësit e tyre. Kështu, këto teknologji si një sferë publike ku identifikohen identitetet dhe kuptimet, mund të çojnë përfundimisht në një rikonfigurim të madh të asaj që do të thotë të jesh shqiptar. Në përputhje me literaturën ekzistuese (Hopkins, 2009; Tsagarousianou, 2004), këto gjetje duket se vërtetojnë se rindërtimi dhe ri-negocimi i identiteteve zhvillohet nëpërmjet ndërveprimeve të përditshme, siç janë postimet e përditshme në rrjetet shoqërore apo komentimet dhe opinionet në portalet dhe mediet në rrjet. Në dritën e këtyre gjetjeve, del se teknologjia, mediet në rrjet dhe rrjetet shoqërore janë arenat kyçe ku kuptimet kulturore janë ndërtuar dhe rindërtuar në bisedat e përditshme dhe ku identitetet e diasporës formohen dhe artikulojnë.

Referencat dhe bibliografia

1. Alonso and Pedro J. Oiarzabal (2010) *Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics and Community*. Reno: University Nevada Press.
2. Alonso and Pedro J. Oiarzabal (2010) *Diasporas in the New Media Age: Identity, Politics and Community*. Reno: University Nevada Press.
3. Appadurai, A. (1996), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. fq. 197; Minneapolis: University of Minnesota Press.
4. Barlow, J. P., Birkets, S., Kelly, K., & Slouka, M. (1995, Gusht). *What are we doing në rrjet?* *Harper's*, 291, 35-46. E tërhequr nga: <https://harpers.org/archive/1995/08/what-are-we-doing-në-rrjet/>
5. Christiansen, C. (2004). News media consumption among immigrants in Europe: The relevance of diaspora. *Ethnicities*, 4(2), 185–207. doi:10.1177/1468796804042603
6. Cohen, R. 2008. *Global diasporas: an introduction*, edited by Robin Cohen; Second edition; New York, NY: Routledge.
7. Couldry, N. *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity: Cambridge, 2012.
8. Dufoix, S (2008) *Diasporas*. Berkeley: University of California Press. (Fillimisht është botuar në gjuhën frënge në vitin 2003.)

9. Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*. doi: 10.1177/1461444810385389
10. Ellison, N. B., Vitak, J., Gray, R. and Lampe, C. (2014), Cultivating Social Resources on Social Network Sites: Facebook Relationship Maintenance Behaviors and Their Role in Social Capital Processes. *J Comput-Mediat Comm*, 19: 855–870.
11. Faist, Th. (2010); *Diaspora and transnationalism: What kind of dance partners?* Chapter 1 in *Diaspora and Transnationalism: Concepts, Theories and Methods*, edited by Rainer Bauböck and Thomas Faist; IMISCOE Research; Amsterdam: Amsterdam University Press. 9-35.
12. Forumi Kulturor (Janar 2016). Kultura dhe Diaspora; E tërhequr nga:
http://www.forumikulturor.net/repository/docs/Kultura_dhe_diaspora.pdf
13. Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press
14. Goffman, E., 1959. *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday.
15. Harter, S. 1990. "Self and Identity Development." Pp. 352–88 in *At the Threshold: The Developing Adolescent*, edited by S. Shirley Feldman and Glen R. Elliott. Cambridge, MA: Harvard University Press; fq. 352–88.
16. Hjarvard, S. (2008); *The Mediatization of society – a theory of the media as agents of social and cultural change*. *Nordicom Review*, 2 (29). Tërhequr nga
https://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/270_hjarvard.pdf
17. Hopkins, L. (2009); *Media and migration: a review of the field [online]*. *Australian Journal of Communication*, Vol. 36, No. 2, 35-54. Availability: ≤
<https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=200912187;res=IELAPA>>
18. Judge, P. (1997, May 12). *Is the net redefining our identity?* *BusinessWeek*, (3526), 100- 102.
19. Luo, L. (2016); *Uebfaqja e LUND UNIVERSITY LIBRARIES*. Tërhequr me 9 shkurt 2017, nga
<http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/8872748>
20. Marwick, A. (2013). "Online Identity." In Hartley, J., Burgess, J. & Bruns, A. (eds), *Companion to New Media Dynamics*. Blackwell Companions to Cultural Studies. Malden, MA: Blackwell, fq. 355-364.
21. Nie, N. H., Erbringit, L. (2002) *Internet and society: a preliminary report*; *Society*, Volume 1, Issue 1, Summer 2002, fq. 275-283. E tërhequr nga: <http://www.ITandSociety.org>
22. Noronha, S. & Papoutsaki, E. (2014). The migrant and the media: maintaining cultural identity through ethnic media. In G. Dodson, & E. Papoutsaki (Eds.), *Communication issues in Aotearoa New Zealand: a collection of research essays* (17 - 37). Auckland, New Zealand: Epress Unitec.
23. Papacharissi, Z., 2002. The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79(3), fq.643–660.
24. Pavlik, J. (2008); *Media in the Digital Age; New York: Columbia University Press*;
<https://www.openisbn.com/preview/0231142099/>
25. Phinney, J. (2003). Ethnic identity and acculturation. In K. Chun, P. B. Organista, & G. Marin (Eds.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research* (pp.63- 81). Washington, DC: American Psychological Association.
26. Phinney, J. S. (1990). Ethnic identity in adolescents and adults: Review of research. *Psychological Bulletin*, 108, 499-514.
27. Robie, D. (2009). Diversity reportage in Aotearoa: Demographics and the rise of the ethnic media. *Pacific Journalism Review*, 15(1), 67–91.
28. Stevenson, N. *Cultural Citizenship: Cosmopolitan Questions*. Maidenhead: Open University Press, 2003.

29. Tsagarousianou, R. (2004). *Rethinking the concept of diaspora: mobility, connectivity and communication in a globalized world*. Westminster Papers in Communication and Culture. 1(1), fq.52–65. DOI: <http://doi.org/10.16997/wpcc.203>
30. Turkle, S. (1995b). *Life on the screen: Identity in the age of Internet*. New York: Simon & Schuster.
31. Turkle, S. (1997a). *Computational technologies and images of self*. *Social Research*, 64(3), 1093-1111.
32. Turkle, S. (1999). *Looking toward cyberspace: Beyond grounded sociology; Cyberspace and Identity in Contemporary Sociology*, Vol. 28, (6), 643-648. E tërhequr nga: <http://people.exeter.ac.uk/jp501/Turkle-CyberspaceIdentity.pdf>
33. Virilio, P. (2005) *The information Bomb*; verzioni anglisht I publikuar nga Verso, New York, NY
34. Wellman, B., & Hampton, K. (1999). *Living networked in a wired world*. *Contemporary Sociology*, 28(6), 648-654.