

Bordi Editorial

PROF. DR ROMEO GURAKUQI, *Universiteti European i Tiranës (UET)*

PHD. FATOS TARIFA, *Universiteti European i Tiranës (UET)*

PROF. DR ERLETA MATO *Universiteti European i Tiranës (UET)*

DR ENIS SULSTAROVA, *Universiteti i Tiranës*

BLENDI KAJSIU, *Dokt. (Essex University, Britani e Madhe)*

STEPHANIE SCHWANDNER-SIEVERS (*University of Roehampton, Britani e Madhe*)

PROF. ASOC. CAPAJEV GJOKUTAJ *Universiteti European i Tiranës (UET)*

Dr Nathaniel Copsey *Aston University, Britani e Madhe*

Kryeredaktore

ODETA BARBULLUSHI, PHD

Universiteti European i Tiranës (UET)

Redaktorë

PROF. ASOC. DR TONIN GJURAJ

Universiteti European i Tiranës (UET)

PROF. DR PERPARIM FUGA

Universiteti European i Tiranës (UET)

PROF. ASOC. DR ALEKSANDER DHIMA

Universiteti European i Tiranës (UET)

Redaktore Gjuhësore

ALBANA NEXHIPI

Universiteti European i Tiranës (UET)

BOTIM I FAKULTETIT TË SHKENCAVE SOCIALE,
UNIVERSITETI EUROPIAN I TIRANËS (UET)

Bulevardi "Gjergj Fishta", Nd. 70 H.1, Tiranë, Albania

<http://www.uet.edu.al> / info@uet.edu.al



Përmbajtja

Teknologjia, Demokracia dhe Shkencat Sociale

ODETA BARBULLUSHI 5

Teknologjia e informacionit dhe e komunikimit, dhe teoria sociologjike

FATOS TARIFA 9

Modeli i propagandës; qasje antropologjike në realitetin mediatik

ALEKSANDER DHIMA 23

Ndikimi i Teknologjisë në Strategjinë e Luftës.

LUAN HOXHA 39

Teknikat Mjekësore dhe dilemat e subjektit në neoliberalizëm

KLODIANA TURHANI-BARDHOSHI 53

*Identitete Kombëtare, rajonale dhe periferike: Teknologjia e Komunikimit
ndër shqiptarë*

ROLAND LAMI 63

Ndërtimi i shtetit ligjor pas komunizmit: një perspektivë elitiste

GENTIAN ELEZI 73

*“Në emër të popullit”: Populizmi në letërkëmbimin e Ismail Kadaresë
me Ramiz Alinë në vitin 1990*

ENIS SULSTAROVA 91

*Fushatë lokale apo fushatë kombëtare-lokale: Teknikat e reja të
profesionalizimit të politikës*

KLEJDI KELLICI 103

*Risitë teknologjike dhe praktikat e reja të marketingut në Shqipëri: rasti
i reklamave përmes celularit*

JONIDA KELLEZI DHE EDLIRA KASAJ 117

Zhvillimi i Burimeve Njerëzore Shqiptare në Menaxhimin Organizacional të Krizave

TEUTA DOBI 129

INTERVISTË

Intervistë me Prof Serge Lesourd: De-humanizimi i Njeriut nga Teknikat

139

RECENSË

Homo Videns, televizioni dhe Post-Mendimi i Giovanni Sartori-t

ALBANA NEXHIPI 143

ABSTRACT 153

Teknologjia Demokracia dhe Shkencat Sociale

Odeta BARBULLUSHI*

Shënim Redaksional

Teknologjia e ka zhdukur tashmë ndarjen mes sferës publike dhe asaj private. Siç e dëshmon dhe përdorimi i gjerë e në masë i Facebook-ut, Twitter-it, Hi5-it e qindra rrjeteve të tjera sociale, jeta virtuale është kthyer në një jetë paralele, e cila bashkëjeton me praktikatat *reale* sociale e politike. Në të njëjtën kohë, popullariteti që gëzojnë *reality shows*-et si *Big Brother*, dëshmojnë për praktikat e reja të kalimit të kohës së lirë, të cilat sipas Shkollës Kritike forcojnë apatinë politike dhe sociale. Po kështu, zhvillimi i teknologjisë dhe informacionit, ka çuar në forma të reja të komunikimi mes anëtarëve të komuniteteve të ndara më parë nga kufijtë kombëtarë, gjinorë, profesionalë, etj. Këto praktika të reja herë mbivendosen me praktika dhe norma kulturore tradicionale, e herë i sfidojnë dhe arrijnë t'i zëvendësojnë ato.

Zhvillimet teknologjike mund të shihen si një faktor pozitiv që ndikon në rritjen e transparencës në shoqëritë moderne, ku lidhja mes të votuarve dhe votuesve nuk është e drejtëpërdrejtë. Kështu, transparenca e siguruar nëpërmjet teknologjisë, mund të çojë në hapje, kontroll të qytetarëve mbi planifikimin dhe përdorimin e fondeve publike, uljen e korrupsionit etj. Po ashtu, mund të argumentohet se teknologjia ka bërë të mundur edhe 'ngritjen e më të dobtëve', siç dëshmon edhe përdorimi i efekshëm e novator i *sitëve* virtuale në mobilizimin politik gjatë protestave më të fundit anti-qeveri në Egjipt e Tunizi.

Por, parë nga një këndvështrim kritik, përdorimi në masë dhe me origjinalitet

* Odeta Barbullushi ka fituar gradën PhD në Studime Ruse dhe të Evropës Lindore/Marrëdhënie Ndërkombëtare nga Universiteti i Birminghamit, Britani e Madhe. Ka një Master në Studime Bashkëkohore Evropiane nga Universiteti i Sussex, Britani e Madhe dhe një tjetër në Marrëdhënie Ndërkombëtare nga Universiteti i Evropës Qendrore, Hungari. Aktualisht është Përgjegjëse Departamenti e Shkencave Politike dhe Marrëdhënieve Ndërkombëtare në Universitetin Europian të Tiranës.

i teknologjisë për të 'siguruar' demokracinë dhe për ta afruar politikën sa më pranë qytetarëve, mund të shtojë paranojën dhe mosbesimin popullor tek institucionet, në vend që të forcojë besimin tek ata dhe lidhjen mes elitave e qytetarëve. Siç e them edhe në një artikull të botuar në *Polis 4*, televizioni i debateve parlamentare nuk i bën këto debate më transparente apo demokratike: aktorët që filmohen *live* gjatë aktivitetit të tyre të zakonshëm, bëjnë *sikur* nuk po filmohen (pra *sikur* po veprojnë natyrshëm), por ndërkohë ndërtojnë një vetë publike të ndryshme nga ajo çka do të ishin sikur kamera të mos ndodhej aty. Rasti i numërimit *live* të kutive të votimit në zgjedhjet lokale të majit 2011 në Shqipëri, me gjithë koston dhe pagabueshmërinë teknike, nuk parandaloi kontestimet dhe antagonizmin politik që i pasoi. Përdorimi i teknologjisë për të kontrolluar (apo *double check*) proceset demokratike, për të rritur transparencën dhe për të siguruar ndershmërinë e zyrtarëve të shtetit, veçse ul besimin te *njeriu* dhe te subjektiviteti i tij.

Po ashtu, teknologjia sjell forma të reja 'pushteti dhe dijeje'. Aksesit teknologjik, ashtu si aksesit në kapacitete dhe burime të tjera materiale e simbolike, sjell ndarje të tjera mes më të *teknokulturuarve* dhe atyre që nuk kanë mundësi t'i marrin këto shprehje. Fenomeni 'Wikileaks' dhe reagimi ndaj tij, si nga elitat ashtu dhe nga opinionioni publik ndërkombëtar, ka nxjerrë në pah rrezikun që mbart teknologjia si për komunitetet, ashtu edhe për individët. Siç nxjerrin në pah edhe shkrimet në këtë numër, ndikimi i teknologjisë nuk duhet kuptuar jashtë një ligjërimi më të gjerë liberal mbi qeverisjen e mirë, të drejtat e konsumatorit/klientit, tregun etj.

Ky numër i *Polis*-it hulumton kryesisht marrëdhënien mes teknologjisë dhe shkencave sociale në njërën anë, dhe mes teknologjise dhe aspekteve të ndryshme të jetës politike e sociale, në anën tjetër. Kështu, diskutimi në këtë numër të *Polis*-it ka një karakter sa teorik, aq edhe thellësisht empirik. Në nivelin teorik, autorët në këtë numër ngrenë pyetje të rëndësishme, që kanë lidhje jo vetëm me atë se si teknologjia pasqyrohet në debatet e ndryshme të shkencave sociale (shih kritiken teorike te Fatos Tarifës këtu, mbi vendin që teknologjia ka zënë në teorine sociologjike që nga Weber-i deri te Foucault-it), por edhe me se si ajo ka ndryshuar termit e debatit dhe supozimet bazë të debateve shkencore mbi çështjet kryesore të disiplinave përkatëse. Ky është rasti për shembull i studimeve strategjike, ku vetë debati mbi konceptin e luftës është riformuluar *për shkak* të ndryshimeve teknologjike dhe risive që kanë sjellë llojet e reja të armatimeve (shih shkrimin e Luan Hoxhës në këtë numër). Po ashtu, duke u nisur nga një qasje antropologjike, Aleksandër Dhima na sjell sërish në vëmendje një koncept gati-gati të 'delegjitimuar' si *propaganda*, për të analizuar se si ka evoluar në Shqipëri përdorimi i medias nga 'pushteti'.

Në nivelin empirik, ndikimi i teknologjisë studiohet dhe eksplorohet në një gamë të gjerë e të larmishme aspektesh të jetës shoqërore në Shqipërinë post-komuniste. Ato shtrihen që nga ndryshimi i kategorive bazë identitare, deri te ndryshimet në biznes e në fushën e shërbimeve. Kështu, artikulli i Klodiana Turhanit eksploron ndikimin e teknologjisë në formësimin e 'amësisë', si një praktikë krejt e ndryshme nga ajo çka amësia do të thoshte për një brez të mëparshëm grash shqiptare. Kështu, praktika e lindjes së fëmijëve, nga një eksperiencë natyrshëm e dhimbshme, kthehet

në një praktikë zgjedhjeje të 'opcionit maksimal' ose më të 'përshtatshëm/të shpejtë'. Praktika e lindjes bëhet rrjedhimisht një praktikë 'konsumatore'; subjekti-nënë e ardhshme zgjedh mes disa varianteve, si për shembull kur ta lindë fëmijën, në çfarë ambienti, me sa më pak dhimbje ose pa dhimbje fare etj

Nga ana tjetër, duke qëndruar sërish te formimi i identiteteve, Roland Lami merr shembullin e medieeve shqip-folëse në Shqipëri, Kosovë dhe Maqedoni, për të na treguar se si këto media formojnë identitete kombëtare, lokale dhe rajonale. Për më tepër, Lami argumenton bindshëm se këto identitete nuk janë të barazvlerëshme, por qartësisht hierarkike, për sa kohë që përforcojnë kategori të 'periferisë' dhe 'qendrës'. Duke u bazuar gjerësisht në punimet e Artan Fugës, Lami hedh idenë se edhe brenda përbrenda një komuniteti kombëtar, që flet të njëjtën gjuhë, ka përherë një proces krijimi 'identitësh periferike'. Mediet dhe teknologjia mediatike zënë një vend themelor në këtë proces shtresëzimi.

Shkrimi i Teuta Dobit vjen nga shkencat ekonomike dhe specifiku nga menaxhimi. Punimi hulumton lidhjen mes menaxhimit të krizave nga organizatat/ndërmarrjet në kontekstin shqiptar dhe funksioneve të ndryshme që mund të luajë sektori i 'burimeve njerezore'. Zhvillimet teknologjike dhe faktoret sociale-kulturore shihen si vendimtare për ndryshimet strukturore të ndërmarrjeve dhe aftësive të tyre për të perballuar krizat.

Shkrimi i Teuta Dobit vjen nga shkencat ekonomike dhe specifiku nga menaxhimi. Punimi hulumton lidhjen mes menaxhimit të krizave nga organizatat/ndërmarrjet në kontekstin shqiptar dhe funksioneve të ndryshme që mund të luajë sektori i 'burimeve njerezore'. Zhvillimet teknologjike dhe faktoret sociale-kulturore shihen si vendimtare për ndryshimet strukturore të ndërmarrjeve dhe aftësive të tyre për të perballuar krizat.

Duke marrë shkas nga zgjedhjet lokale të majit 2011, shkrimi i Klejdi Këllicit jep një panoramë të hollësishme të ndryshimeve në praktika, strategji dhe diskurs të fushatave elektorale shqiptare. Një ndër këto ndryshime lidhet pashmangërisht dhe me përdorimin në masë të medieeve, tele-marketingut dhe strategjive të tjera të përdorura fillimisht në fushata zgjedhjesh kombëtare. Këllici argumenton se tendenca e re politike e zgjedhjeve shqiptare është 'profesionalizimi' i tyre. Kjo do të thotë se shohim një proces politik që po delegohet gjithmonë e më tepër nga politikanët tek 'eskptetët' e fushatave. Me tone më pozitive mbi rolin e teknologjisë, shkrimi i Jonida Këllezit dhe Edlira Kasajt informon mbi hyrjen e reklamave celulare në Shqipëri dhe mbi mënyrën se si kjo risi po ndryshon praktikën e reklamimit të biznesit. Dy autorët e kontekstualizojnë përdorimin e kësaj metode reklamimi edhe me shembuj nga vende të tjera.

Recensa e Albana Nexhipit na prezanton një punim të rëndësishëm të Giovanni Sartori-t, *Homo Videns, Televizioni dhe Post-Mendimi*. Prej librit të Sartori-t (dhe prej leximit të tij nga Nexhipi) kuptojmë se kultura që na rrethon mund të quhet pa ndrojtje *video-kulturë*, ku qytetari, që në fëmijëri e deri të fund të jetës, jo vetëm rrethohet me imazhe, por edhe formohet prej tyre. Duke pasur parasysh zhvillimet

e vrullshme në fushën e medias vizive të dekadës së fundit në Shqipëri, ky libër shërben si një thirrje intelektuale për të reflektuar mbi pasojat e këtij bumi televiziv mbi individin dhe komunitetin politik shqiptar.

Dy kontribute që vijnë nga Gentian Elezi dhe Enis Sulstarova nuk lidhen drejtëpërdrejtë me temën e këtij numri. Duke u nisur nga literatura e gjerë e demokratizimit, shkrimi i Elezit mbi ndërtimin e 'shtetit ligjor' në Shqipërinë post-komuniste, ofron një këndvështrim kritik mbi veçoritë specifike të rastit shqiptar (në krahasim me rastet e Evropës Qendrore dhe Lindore). Po ashtu, ai kontribuon në të kuptuarin e faktit se përse ligjet e formulura shumë mirë, nuk zbatohen praktikisht në Shqipëri. Shkrimi i Sulstarovës është një kundrim kritik mbi fillimet e demokracisë shqiptare, dhe vecanërisht mbi një aspekt të saj që lidhet me marrëdhënien mes intelektualit, *popullit* dhe elitës politike. Duke u bazuar në premiset teorike të shkollës radikale të Analizës së Diskursit dhe specifikisht në punën e Ernesto Laclau-t, Sulstarova operacionalizon konceptin e 'populizmit' në rastin e letrave të shkrimtarit Ismail Kadare, drejtuar Ramiz Alisë në vitin 1990.

Siç shihet dhe nga kontributet, ky numër nxjerr në pah më së miri dhe pa asnjë sforcim, ndërveprimin e fushave të ndryshme të shkencave sociale, si dhe ndërvlerësinë mes tyre. Siç e tregoi edhe 'Pranvera Arabe' gjatë shkurt-majit 2011 - me revolucionet virtuale në *website*-t që u bënë thirrje njerëzve për protestë, të cilat u paraprinë revolucioneve të vërteta në rrugë - teknologjia shkërmoq kufijtë mes 'politikës së brendshme' dhe 'politikës së jashtme', mes të brendshmes dhe ndërkombëtares, si dhe mes fushave tradicionalisht të ndara si politika, ekonomia e madje dhe shëndetësia. Jo rastësisht, studiuesi i zgjedhur prej nesh për t'u intervistuar për këtë numër është Profesor Serge Lesourd-i: duke qenë ish-Drejtor i Shkollës Doktorale të Universitetit të Strasburgut, shkollë e cila bashkonte institucionalisht si Shkollën Mjekësore, ashtu dhe degët e Psikologjisë e të Edukimit, Prof. Lesourd-i na përçon pikërisht mesazhin e këtij ndërdisiplinariteti.

Një ndërhyrje të fundit në lidhje me sesi funksionon teknologjia: besoj se teknologjia nuk është thjesht një e mirë apo një e keqe, një shërbim apo një mënyrë që ne zgjedhim. Në të vërtetë, ajo ka një fuqi performative. Po të përdorim pak nga fjalori i Foucault-së, teknologjia ofron një tjetër *logjikë* të të qenit në botë e të jetuarit në shoqëri. Në këtë kuptim, duhet të jemi të përgatitur për një kohë kur *Polis*-i nuk do të jetë më ai që mbajmë mend apo ai çka duhet të ishte idealisht.

Teknologjia e informacionit dhe e komunikimit, dhe teoria sociologjike _____

_____ Fatos Tarifa, PhD* _____

Abstrakt

Implikimet morale të progresit teknologjik dhe keqpërdorimi i teknologjisë moderne kanë përbërë një preokupim teorik për klasikët e teorisë sociologjike. Për Marks-in, teknologjia është, kyesisht, neutrale; gjithçka varet nga fakti se kush e kontrollon atë. Nëse ajo zotërohet privatisht, mund të përdoret për të fituar përmes shfrytëzimit të të tjerëve. Nëse ajo nuk zotërohet privatisht, teknologjia mund t'i shërbejë zgjerimit të lirisë së individit për të përmbushur aspiratat e tij dhe të shoqërisë për progres ekonomik dhe social. Veber-in, Simel-in dhe, më vonë, Fukunë, i preokuponte invazioni i kulturës objektive, racionalizimi dhe forcat e fuqishme institucionale në jetët e individëve për shkak të mundësisë potenciale që ato kanë për t'u bërë instrumente të kontrollit dhe të dhunës. Emile Durkheim mendonte se, me modernizimin dhe progresin teknologjik të shoqërisë, kohezioni social në shoqërinë moderne do të mbështetej gjithnjë e më pak në lidhjet farefisnore dhe proksimitetin (solidariteti mekanik) dhe më shumë në bashkësinë e interesave të njerëzve (solidariteti organik), njëllëj sikurse Tönnies dallonte dy tipe organizimesh sociale: Gemeinschaft (komuniteti tradicional) dhe Gesellschaft (shoqëria moderne). Në artikull argumentohet se progresi teknologjik i shoqërisë i stimulon më tej mendimin sociologjik dhe idetë e reja në fushën e shkencave sociale.

Epoka e informacionit dhe teoria sociale

Disa mijëvjeçarë pas krijimit të planetit tonë dhe lindjes së formave elementare të jetës organike në të, nisi Epoka e Reptilëve (*Age of Reptiles*), e cila ia la vendin Epokës së Mamalëve (*Age of Mammals*). Pastaj erdhën Epoka e

* Fatos Tarifa Fatos Tarifa është Drejtor i Institutit të Studimeve Sociale dhe të Politikave pranë Universitetit European të Tiranës. Ai ka fituar një doktoratë në shkencë politike nga Universiteti i Tiranës dhe një PhD në sociologji nga Universiteti i Karolinës së Veriut në Chapel Hill (SHBA). Tarifa është autor i 30 librave dhe i mbi 70 artikujve studimorë, 50 prej të cilëve të botuar në revista akademike amerikane dhe europiane. Ai është, gjithashtu, themeluesi dhe kryeradaktor i revistës *Sociological Analysis*

Artë (*Golden Age*), Epoka e Legjendave (*Age of Fable*), Epoka e Augustit (*Age of Augustus*), Epoka e Migrimeve të mëdha (*Age of Migrations*), Epoka e Mesjetës (*Dark & Middle Ages*), Epoka e Absolutizmit (*Age of Absolutism*) dhe Epoka e Arsyes (*Age of Reason*), Epoka e Zbulimeve të Mëdha Gjeografike (*Age of Exploration*), Epoka e Perandorisë (*Age of Empire*) dhe Epoka e Revolucionit Industrial (*Industrial Age*). Më vonë erdhën Epoka e Virtytit (*Age of Innocence*) dhe Epoka e Ankthit (*Age of Anxiety*), pastaj Epoka e Zbulimit të Hapësirës Kozmike (*Space Age*) dhe, më në fund, Epoka e Informacionit (*Information Age*). Qytetërimi i sotëm akoma vazhdon të jetë në Epokën e Informacionit, të përshpejtuar tashmë në një mënyrë të panjohur më parë përmes teknologjisë moderne, veçanërisht Internetit dhe mundësive të tjera që krijon komunikimi në hapësirën kibernetike. Në ditët tona, informacioni luan, si të thuash, rolin që ka luajtur ari në periudhën e tregtisë koloniale, e cila njihet ndryshe si “Epoka e Merkantilizmit”.

Zhvillimi i teknologjisë së informacionit, shpikja e kompiuterit dhe, veçanërisht, zbulimi i rrjetit të komunikimit në hapësirën kibernetike (*World Wide Web*) janë bërë dhe po bëhen gjithnjë e më shumë mjete të rëndësishme, përmes të cilave, individët njerëzorë dhe grupe të gjera njerëzish komunikojnë me njëri-tjetrin. Jo më shumë se 15 vjet më parë, në Shqipëri, por edhe në vende shumë më të zhvilluara, ishin të pakët ata individë që kishin mundësi të përdornin Internetin. Sot përdorimi i tij është bërë një gjë e zakonshme në shumë familje shqiptare dhe një medium, në të cilin mund të “hyjë” kushdo që ka dëshirë dhe njohuri krejt minimale. Interneti ka ndryshuar në mënyrë rrënjësore shoqërinë e sotme, në radhë të parë mënyrën e komunikimit midis njerëzve dhe organizatave, mënyrën e marrjes, të transmetimit dhe të ruajtjes së informacionit, dhe deri mënyrën e operimit dhe të menaxhimit institucional, duke krijuar forma të reja komunikimi, administrimi dhe kontrolli edhe në organizata shumë të mëdha e komplekse kombëtare apo transnacionale. Aq e vërtetë është kjo, sa që për një njeri të kultivuar në kohën tonë, është e pamundur të imagjinohet jeta e sotme pa kompiuterin dhe Internetin. Këto janë mjetet “kozmiqe” që e nxjerrin atë çdo ditë përtej botës së tij jetësore (*Lebenswelt*), përtej orbitës së universit të perceptueshëm dhe të prekshëm prej tij, në një hapësirë të re, të paperceptueshme për shqisat njerëzore, të paimagjinueshme për mendjen e njeriut dhe, megjithatë, po aq reale dhe objektive sa edhe materia që na rrethon.

Zhvillimi i jashtëzakonshëm i teknologjisë së informacionit dhe komunikimit gjatë dy dekadave të fundit ka tërhequr, veç të tjerash, edhe vëmendjen e sociologëve, të cilët, duke studiuar kushtet e jetës njerëzore, nuk mund të mos interesohen për ndryshimet që sjell në jetën e individit dhe të shoqërisë progresi teknologjik. Qysh në fillim të viteve 1990, sociologu i njohur gjerman Ulrich Beck argumentonte se, progresi teknologjik sjell transformime të rëndësishme në botën jetësore të individit dhe në marrëdhëniet e tij me shoqërinë, proces ky, të cilin Beck e quan “individualizim”, apo një “formë të re kontradiktore të Societalizimit” (Beck 1992: 90, 127). Në kontekstin e modernizimit gjithnjë e më të madh të shoqërisë, një proces i tillë, sipas këtij autori, nënkupton se individi njerëzor po çlirohet gjithnjë e më shumë nga format sociokulturore dhe nga institucionet e mjedisit klasor, si edhe nga format

shoqërore tradicionale të ndarjes së punës (ibid, 87). Tezën e tij mbi individualizimin, Beck e artikulon, shkurtimisht, në këtë mënyrë: Me modernizimin dhe zhvillimin teknologjik të shoqërisë, individët njerëzorë “çlirohen nga format sociale të shoqërisë industriale klasa, stratifikimi, familja, statusi gjinor i gruas dhe i burrit” (1992: 87) dhe “vetë individi bëhet njësia riprodhuese e sociale në botën jetësore” (ibid, 90), duke krijuar një “kulturë të vetën” (self culture), e cila zhvillohet në atë masë që kultura proletare apo kultura borgjeze fillojnë të veniten dhe të zhduken (Beck & Beck-Gernsheim 2002: 42).

Informacioni, privatja dhe publikja

Nuk ka dyshim se zhvillimet e sotme teknologjike kanë bërë të mundur që njerëzit të zhvillojnë interesat e tyre të veçanta dhe një mënyrë jetese shumë më të lirë se kurdoherë më parë. Sidoqoftë, bashkë me këtë, është bërë e mundur që kushdo që di të përdorë një kompiuter, të ketë akses në jetën private të njerëzve të tjerë. Pra, ndërsa teknologjitë moderne të komunikimit e kanë rritur jashtëzakonisht shumë shkallën e lirisë së individit, ato gjithnjë e më shumë përmbajnë rrezikun që individi njerëzor të bëhet pre, apo viktimë e nënprodukteve të kësaj teknologjie, apo e pasojave të padëshirueshme që prodhojnë ato. Ulrich Beck vë në dukje se trajektorja e zhvillimit teknologjik na shpie nga një shoqëri moderne, në një shoqëri të rrezikut (risk society), pasi zhvillimi shkencor dhe teknologjik shoqërohen nga nënprodukte të padëshirueshme dhe të rrezikshme, të cilat janë çmimi që paguan shoqëria për modernizimin e saj, madje një çmim shumë i lartë, pasi “rreziqet e modernitetit”, të tilla si ngrohja globale, ndotja e mjedisit apo kontaminimi nuklear, tashmë rrezikojnë vetë ekzistencën e formës humane të jetës (cituar në O'Malley 2008: 65).

Po kështu, zbulimi dhe përdorimi i rrjetit të komunikimit global në hapësirën kibernetike është parë dhe shihet sa me optimizëm, aq edhe me shqetësim. World Wide Web ka krijuar mundësi të panumërta për të krijuar dhe zhvilluar marrëdhënie të reja midis njerëzve apo për të rivendosur marrëdhënie të vjetra. “Dhomat e bisedimit” (chat rooms) lejojnë që njerëzit të ndajnë mes tyre problemet dhe mendimet që kanë. Komunitete virtuale të shumta janë krijuar në shkallë lokale, kombëtare dhe globale pikërisht në sajë të përhapjes së komunikimit në hapësirën kibernetike, përmes një rrjeti shumë të gjerë kompiuterash, të cilët i gjen tashmë jo vetëm në Nju Jork, në Tokio, në Londër dhe në Paris, por edhe në Rrogozhinë, në Marrakesh, në Asmara, në Nairobi, në Hindu Kush, në Tierra del Fuego dhe në skajet më të largëta të globit. Teknologjitë e sotme të informacionit dhe të komunikimit kanë bërë të mundur, gjithashtu, që njerëzit të punojnë në shtëpitë e tyre, duke krijuar mënyra të reja pune dhe jetese. Ky është një shembull tipik i efekteve çliruese dhe emancipuese të teknologjisë, për të cilat fliste Karl Marksi në kohën e tij.

Zhvillimet e jashtëzakonshme në fushën e teknologjisë së informacionit kanë bërë të mundur, gjithashtu, për çdo njeri që di të përdorë kompiuterin, të mund të “hyjë” në sisteme që ruajnë informacionin dhe të përdorë të dhëna që kanë të bëjnë me

çështje nga më sekretet dhe nga më të paimagjinueshmet. WikiLekas përbën rastin më të freskët dhe, ndoshta, me spektakolar në këtë drejtim. Worl Wide Web ka bërë të mundur, pra, që thuajse çdo njeri me njohuritë e nevojshme të bëhet një “dedektiv” që kërkon informacion pothuajse për çdo gjë që mund t’i interesojë atij. Një fakt i tillë, pa dyshim, i ka rritur shumë mundësitë e njeriut për të zgjeruar lirinë e tij personale. Sot njerëzit kanë mundësinë të marrin informacion për gjëra, të cilat kurrë më parë nuk kanë qenë të mundura, ose kanë qenë të imagjinueshme të diheshin dhe këto mundësi rriten e zgjerohen për ditë e më shumë. Në ditët tona është bërë dhe po bëhet gjithnjë e më e vështirë për këdo dhe për çdo gjë që të mund t’i “shpëtojë” këtij rrjeti informacioni që zgjerohet gjithnjë e më shumë. Sociologu Arno Penzias (1997: 1035) shkruan se “Konsumi masiv i bazave të të dhënave po bëhet kudo një dukuri gjithnjë e më përhapur; disa baza të dhënash mund të gjenden madje në Internet dhe të përdoren falas. Ajo që ka akoma më shumë rëndësi është fakti se sasi jashtëzakonisht të mëdha informacioni (thuajse) për këdo dhe për gjithçka mund të shiten dhe të blihen sot kudo”.

Nëse 40 vjet më parë, Marshall McLuhan formuloi idenë se bota po bëhet gjithnjë e më shumë një “fshat global” (global village), sot mund të thuhet se ne jetojmë në një “fshat prej qelqi”, në të cilin çdokush mund të shihet online. Siç vë në dukje Arno Penzias, “Pavarësisht se sa të rëndësishme janë bërë sot çështjet e ruajtjes së natyrës private [në veprimtarinë e çdo njeriu], është vështirë të përfytyrosh mënyra apo rrethana, të cilat do të pengonin zhvillimin e teknologjive që mundësojnë pikërisht cënimin e jetës private të njerëzve”. Po sipas këtij autori, në ditët tona është bërë shumë e vështirë, në mos e pamundur, të fshihesh apo të mbetesh anonim në mjediset komplekse të metropolave për shkak të mundësisë që ka krijuar Interneti për të ekspozuar informacion mbi secilin nga ne (Penzias 1997: 1034-35; 1038-39).

Një gjë e tillë është sa pozitive dhe premtuese, aq edhe shqetësuese nëse mendojmë, siç bënin klasikët e teorisë sociale, se natyra jonë njerëzore përmban në vetvete si dimensionin social, ashtu edhe atë egoist, apo se teknologjia mund të shërbejë njëherësh që ose të na çlirojë, ose të na keqinformojë. Siç vinte në dukje sociologu i shquar gjerman, Georg Simmel ([1907] 1978) më shumë se një shekull më parë, forma dhe përmbajtja e fenomeneve sociale janë të ndara nga pikëpamje analitike. Si formë, teknologjia është një instrument i fuqishëm; mënyra se si përdoret ajo dhe ajo çka ne fusim në të si përmbajtje e saj është diçka krejt tjetër. Për më tepër, përdorimi i teknologjisë së informacionit ndikohet gjithnjë nga konteksti social, politik dhe ekonomik.

Teknologjia mund të përdoret për t’i afruar njerëzit me njëri-tjetrin. Disa studime sugjerojnë se marrëdhëniet virtuale që krijohen përmes komunikimeve në “chat room” mund të jenë po aq të kuptimshme dhe të rëndësishme për një individ sa edhe ato që krijohen mes anëtarëve të komuniteteve fizikisht të pranishme. Ato mund të zhvillohen dhe shtrihen më tej përmes përdorimit të mediave të tjera (telefonëve celularë, e-mailit, etj) dhe eventualisht mund të çojnë në krijimin e marrëdhënieve më të gjera (Parks & Floyd 1996). Sidoqoftë, ne akoma dimë shumë pak mbi natyrën, bazën dhe qëndrueshmërinë e këtyre marrëdhënieve në krahasim me marrëdhëniet që krijohen përmes ndërveprimit face-to-face. Komunikimet online

krijojnë, gjithashtu, mundësi të reja dhe ndoshta më të mëdha për menaxhimin dhe falsifikimin e impresioneve. Çdo njeri, i cili kërkon të shesë një mesazh, mund të krijojë një faqe në Internet (web page) dhe ta prezantojë veten e tij, apo veten e saj, në mënyrën më të favorshme për të.

Shumë njerëz besojnë se gjithçka që ne bëjmë apo themi online mbetet anonime, duke gjykuar se në hapësirën kibernetike është e mundur të fshihen fytyrat dhe identitetet tona të vërteta njëllor si me bisedat telefonike midis njerëzve të panjohur, dhe, për këtë arsye, Interneti nuk përbën asnjë rrezik për ne. Sidoqoftë, anonimiteti i individit bëhet gjithnjë e më shumë iluzor me shtimin e numrit dhe të intensitetit të komunikimeve online dhe me progresin e teknologjisë së informacionit dhe të komunikimit. Me kalimin e kohës, komunikimet online midis individëve bëhen jo vetëm më të shpeshta, por edhe më personale, duke ekspozuar gjithnjë e më shumë të dhëna nga jeta private e tyre. Akoma ka njerëz, të cilët besojnë se mesazhet e-mail që ata shkëmbejnë në Internet apo bisedat që bëjnë në “chat rooms” mbeten tërësisht anonime, pasi ata shkruajnë dhe flasin në një ekran kompiuteri. Kjo bën që ata shumë herë të shkruajnë apo thonë gjëra të cilat, në kushte të tjera, nuk do i kishin shkruar apo thënë (Harmon 1998). Shumë njerëz, pa dashur, kanë zbuluar përmes komunikimeve në Internet madje edhe vrasje apo grabitje që ata kanë bërë, për të cilat ndoshta organet e drejtësisë dhe publiku i gjerë nuk do të kishin mësuar ndonjëherë. Ndjenja e anonimitetit dhe një sens komforti apo besimi tek individ që do të lexojë mesazhet e tua online, ose me të cilin do të bisedosh në “chat room”, mund të inkurajojnë iluzionin e të mosqenit vulnerabël përsa u përket pohimeve që bën. Është ironike, sidoqoftë, që pikërisht kjo ndjenjë anonimiteti që e gjejmë tek shumë njerëz lejon që jeta e tyre private të mos mbetet më private, por të bëhet e njohur edhe për të tjerë, pra të bëhet publike.

Komunikimet në Internet janë bërë një formë gjerësisht e përhapur marrëdhëniesh midis njerëzve, madje rutinë, duke zëvendësuar në një farë mase marrëdhëniet dhe komunikimet face-to-face të cilat, shumë njerëz, me mënyrën hektike të jetesës së tyre, nuk kanë gjithnjë kohë t'i zhvillojnë. Siç shprehet sociologia Rebecca Heath:

[Interneti] i shërben nevojës së thjeshtë që individit ka për t'u lidhur me individë të tjerë. Njerëzit nuk i njohin më fqinjët e tyre, por edhe nëse do i njihnin, nuk do të kishin kohë të bisedonin me ta përtej gardhit të oborrit që i ndan prej tyre. Sidoqoftë, përsëri ekziston nevoja njerëzore për një komunitet, çka ka çuar në krijimin e një komuniteti virtual, elektronik, të medias globale....Individi i [sotëm] kërkon një komunitet njerëzish të ngjashëm me të [për nga pikëpamjet dhe karakteristika të tjera] (Heath 1998: 48-49).

Komunitete të tilla nuk përbëhen nga prania fizike, veprimi dhe ndërveprimi i përkushtuar i individëve të veçantë ndaj njëri-tjetrit. Për këtë arsye, komunitetet virtuale kanë një problem real përsa i përket mungesës në to të përgjegjësisë dhe llogaridhënies për atë se çfarë ndodh në marrëdhëniet mes individëve që i përbëjnë ato. Kufizimet që krijojnë vendodhja fikse gjeografike dhe prania fizike e individëve të tjerë në komunitete tradicionale krijojnë rrjedhoja sociale praktike, të cilat ushtrojnë

presion mbi individët për të qenë të përgjegjshëm në marrëdhëniet e tyre me njëritjetrin dhe për të dhënë llogari për veprimet e tyre. Edhe pse përkushtimi i dikujt ndaj një marrëdhënieje të krijuar online mund të jetë po aq i madh, sa edhe përkushtimi që gjejmë në marrëdhënie të krijuara në rrugë tradicionale, karakteri i perceptuar i pasojave të tij mund të jetë i ndryshëm.

Sa më shumë që zhvillimi teknologjik mundëson “zhvendosjen” e njerëzve nga komunitete të krijuara në një vend të caktuar, bazuar në proksimitetin gjeografik dhe në marrëdhënie fizike me njerëz të tjerë, në marrëdhënie që kanë për bazë ngjashmërinë në idetë dhe në interesat e tyre, marrëdhëniet midis individëve dhe komunitetit ndryshojnë, ashtu siç ndryshon edhe kuptimi ynë mbi komunitetin. Kjo marrëdhënie midis zhvillimit teknologjik dhe natyrës së marrëdhënieve njerëzore nuk është diçka e re për shkencën sociale. Emile Durkheim mendonte se, me modernizimin dhe progresin teknologjik të shoqërisë, kohezioni (apo solidariteti) social në shoqërinë moderne do të mbështetej gjithnjë e më shumë dhe kryesisht në bashkësinë e interesave të njerëzve.

Përveç familjaritetit që mund të krijohet lehtësisht mes individëve që zgjedhin të bëjnë pjesë në komunitete online, krijimi dhe përhapja e rrjeteve përmes të cilave mund të komunikohet në media e ka rritur probabilitetin që jeta dhe mendimet private të individëve të bëhen publike. Dhe ajo çka është publike dhe lehtësisht e njohshme mundet gjithnjë të shitet dhe të blihet. Interesat personale të individëve të caktuar, informacioni që ata zotërojnë dhe nxjerrin në shitje, si edhe dëshira për të fituar nga kjo kanë krijuar me kohë një shqetësim të ndjeshëm dhe të justifikuar, i cili ka të bëjë me invadimin e jetës private të individit përmes teknologjive të reja të informacionit. Investigues apo detektivë privatë mbledhin informacione të detajuara mbi individë të caktuar pa dijeninë e tyre, madje edhe kur këta të fundit as që e dinë se të tilla informacione për ta ekzistojnë. Informacionet përfshijnë të dhëna mbi të ardhurat apo asetet financiare të një individi, numrat e palistuar të telefonave, numra të llogarive bankare, të dhëna mbi historinë dhe gjendjen shëndetësore të tij, historinë e punësimit të tij, të dhëna të detajuara mbi bisedat telefonike apo shkëmbimet përmes postës elektronike etj. Të gjitha këto të dhëna, që kanë të bëjnë me jetën private të njerëzve, është e mundur të vidhen dhe të shiten, madje për më pak se 100 USD, në qoftë se dikush di si ta bëjë këtë.

Informacioni është bërë sot monedha e preferuar për këdo; e njëjta gjë mund të thuhet edhe për burimet e tij. Sado paradoksale që të duket kjo në këtë epokë të informacionit në të cilën jetojmë, thuajse kudo në botë vërehet një rënie e ndjeshme e lexuesve të gazetave dhe e tirazhit të tyre, edhe pse përmbajtja e tyre është kryesisht informacion: kuota mbi stoqet në tregjet financiare, statistika sportive, raporte korporatash, të dhëna makro dhe mikro-ekonomike, të dhëna mbi teknologji të reja, lajme mbi zhvillime dhe ngjarje politike në çdo nivel të qeverisjes dhe në të katër anët e globit, tekste fjalimesh dhe raportesh, precedentë legjislativë, vendime ligjore, statistika mbi krimet, intervista me liderë politikë të vendit apo të huaj, të dhëna mbi emigracionin dhe tregues të tjerë socialë, pasqyra të ngjarjeve kryesore në jetën kulturore dhe artistike, thashetheme, teoritë më të fundit psikologjike, lajmet më të

fundit me të rejat nga fushat e mjekësisë dhe të shkencës, horoskopi, drejtimet më të fundit në modë dhe argëtim, parashikimi i motit shumë herë me një saktësi të habitshme, etj, etj. Në Shtetet e Bashkuara, më shumë se kudo gjetkë në Perëndim, njerëzit gjithnjë e më shumë i “marrin vesh” të “rejat e ditës” nga mediat alternative, sidomos nga faqe të tilla të Internetit si Slate, Salon apo The Opinion, nga Blogosfera dhe MTV. Shumë njerëz, veçanërisht të moshave të reja, gjithnjë e më pak lexojnë Guardians apo Couriers, Chronicles apo Clarions, Heralds apo Tribunes, Intelligencer apo Inquirers, Mirrors apo Voices, Stars apo Suns, Times, Posts apo Globes.

Një çështje gjerësisht e diskutuar në shkencën sociale sot është ajo nëse përdorimi i Internetit krijon më shumë individë të izoluar sesa individë shoqërisht të angazhuar. Në një prej studimeve më të cituara mbi këtë subjekt, realizuar nga Carnegie Mellon University, është gjetur se përdorimi i Internetit e pakëson dukshëm kohën që individi shfrytëzon me familjen e tij dhe i dobëson lidhjet e tij shoqërore, ndërkohë që rrit vetminë dhe depresionin tek shumë individë (shih Bernstein 1997). Përdorimi gjithnjë e më i gjerë i Internetit dhe i teknologjive të ngjashme nuk do të kishte qenë ndonjë surprizë e madhe për Durkheimin më shumë se një shekull më parë. Ai parashikonte se modernizimi i shoqërisë, sjell jo vetëm një progres teknologjik më të madh dhe më të shpejtë, por edhe intensifikon konfliktin midis anës egoiste dhe asaj sociale të natyrës njerëzore. Duke parashtruar teorinë e tij mbi zhvillimin e shoqërisë moderne, Durkheimi ([1893] 1997) argumentonte se komunitetet mbështeten gjithnjë e më pak në lidhjet familjare dhe fafësnore, pra në solidaritetin mekanik, dhe krijohen gjithnjë e më shumë mbi bazën e interesave të ngjashme, pra mbi bazën e solidaritetit organik. Në këtë mënyrë, kjo teknologji e komunikimit i ka evituar në një masë të konsiderueshme kufizimet që burojnë nga proksimiteti gjeografik dhe lidhjet fafësnore dhe ka bërë të mundur, madje ka përshpejtuar krijimin e komuniteteve mbi bazë interesi.

Informacioni, (pa)vërtetësia e tij dhe “Epoka e Skepticizmit”

Ndryshe nga disa dekada më parë, problemi me të cilin ndeshemi në ditët tona nuk është se informacioni është i pakët; përkundrazi, problemi është se ka shumë informacion, madje shumë më tepër nga sa jemi në gjendje të arrijmë të marrim dhe të përpunojmë çdo ditë. Krahës informacionit të vërtetë, një pjesë e madhe e informacionit që emetohet në tregun e ideve apo në cyberspace është i pavërtetë, madje gjithnjë e më shumë i pavërtetë në një mënyrë mizore. Përdorimi i hapësirës kibernetike si një medium informimi dhe komunikimi ka bërë të mundur jo vetëm përhapjen jashtëzakonisht të shpejtë të informacionit, por edhe dezinformimin në përmasa thuajse të pariparueshme. Pra, ajo që mungon sot nuk është informacioni, por mundësia e verifikimit të vërtetësisë dhe saktësisë së tij. Interneti ka bërë të mundur diseminimin brenda disa sekondave të një informacioni kolosal në të katër anët e globit. Por ndërsa Google, Yahoo, Colossus, Alta Vista, Lycos, MetaCrawler, MSN, Ask, Vivisimo dhe sisteme të tjera kërkimi (search engines) të informacionit në Internet kanë bërë të mundur kërkimin e informacionit në përmasa krejt të paimagjinueshme jo më larg se 10-15 vjet më parë, deri më sot nuk ka një sistem

dhe nuk është zbuluar një mënyrë për të mundësuar një metodë të paanëshme për verifikimin e saktësisë së asaj mase kolosale informacioni që ekziston dhe shtohet pafundësisht në hapësirën kibernetike. Ndoshta kjo do të bëhet e mundur në dekadat që do të vijnë, nëse gjigandë të tillë si Microsoft, Google, Yahoo dhe eBay do të bashkojnë kapacitetet e tyre kërkuese.

Çështja e autoritetit mbi vërtetësinë e dokumentacionit të shkruar nuk është diçka e re; ajo ka preokupuar njerëzimin për shekuj me radhë. Ajo çfarë është e re sot është se “krijimi” i hapësirës kibernetike e ka komplikuar në mënyrë të jashtëzakonshme këtë çështje në dy aspekte paradoksale: së pari, për shkak të të qenit delikat të një informacioni shumë të madh dhe të rëndësishëm që mund të humbasë në të qindtën e sekondës, nëse sistemi pëson një dështim, ose aksidentalisht, ose si rrjedhojë e një veprimi keqbërës të qëllimshëm apo terrorist dhe, së dyti, për shkak se Interneti mundëson “përrjetësimin” e një informacioni të pavërtetë, ose për shkak të mosnjohjes, pra gabimisht, ose duke përhapur në mënyrë të qëllimshme dhe keqëbërëse informacione mashtruese, të cilat lënë gjurmë të tilla që asgjë nuk mund t’i korrigjojë. Koha që jetojmë është shumë e rrezikshme. Ajo i jep mundësi çdokujt që ka një laptop dhe akses në Internet të përhapë si “dije konvencionale” atë që s’është e vërtetë, të revizionojë historinë, të thjeshtëzojë apo shtrembërojë të vërteta historike, të korrumpojë përmbajtjen e vërtetë të ngjarjeve dhe të dukurive historike e shoqërore, të shpifë ndaj kujtdo, madje të thotë çfarë të dojë duke e fshehur në mënyrë absolute identitetin e tij.

Te gjithë ata që janë përdorues të Internetit e dinë se, përveç informacionit shumë të dobishëm që mund të marrim përmes tij, ne bombardohemi çdo ditë nga një sasi e madhe “informacioni”, i cili ka filluar të quhet “anekdata” (anecdotal), për shkak të karakterit anekdotik të të dhënave që përmbahen në të. Një neologjizëm tjetër i krijuar kohët e fundit në SHBA është “truthiness”, të cilin Shoqata Amerikane e Dialekteve (American Dialect Society) e përcakton si “cilësia e koncepteve apo fakteve që çdo njeri dëshiron të jetë e vërtetë”. Për këta njerëz, faktet s’janë veçse “koncepte të dyshimta”, ose “shpikje shtypëse” (oppressive inventions), nëse ato na bëjnë të mos ndjehemi mirë, ose nuk përputhen me idetë tona.

I shkruar apo i thënë në çdo medium, duke filluar nga bisedat në radio tek Web sitet e ndryshme dhe blogjet në internet, nga librat “best-seller” tek reklammat apo kanalet e programeve televizive, çdo pretendim i bërë prej kujtdo mund të dalë në cyberspace duke u bërë informacion “i vërtetë”, “autoritativ”, si çdo pretendim tjetër në këtë “Epokë të Skepticizmit” në të cilën jetojmë. Një gjë e tillë ndodh jo vetëm në nivel individësh, por edhe në nivel organizatash. “Gjysmë-të-vërtetat” apo “gjysmë-gënjeshtat” e paverifikuara janë ngritur sot në sistem dhe përdoren veçanërisht si armë në luftën politike për të dëmtuar dhe demonizuar rivalët apo kundërshtarët politikë. Ato i serviren publikut, i cili bëhet gjithashtu faktor në kalcifikimin e “gjysmë-të-vërtetave” apo “gjysmë-gënjeshtrave” që hyjnë në arsenalin e asaj çka ne i referohemi zakonisht si conventional wisdom. Ato i ofrojnë publikut dy alternativa ekskluzivisht përjashtuese, prej të cilave vetëm njëra është ai realitet të cilin publiku duhet ta besojë. Ngrohja globale, fjala vjen, konsiderohet ose si një kërcënim real (madje fatal) për planetin tonë, ose si një mit; në Shtetet e Bashkuara, sistemi universal i kujdesit shëndetësor konsiderohet, ose si një zgjidhje e problemit, ose si

një problem që pengon zgjidhjen e tij. Edhe gazetatat më të respektuara në Amerikë, madje, ka ndodhur të praktikojnë atë që rëndom ka filluar të quhet “truthy journalism”, duke bërë publike fakte apo ngjarje, vërtetësinë apo falsitetin e të cilave nuk e kanë provuar, duke plagjiarizuar, duke sajuar “thënie” të pathëna, “intervista” të pakryera, karaktere njerëzore që nuk ekzistojnë, incidente dhe një mori ngjarjesh që mund të mos kenë ndodhur kurrë. Nga ana tjetër, në nivel individual, por gjithsesi me një dëm publik potencialisht të madh për shkak të mediumit universal—Internetit—në të cilin “shkarkohen” të pavërtetat e tyre, individë të caktuar duket se e kanë bërë “zanat” të diseminojnë jo më “gjysmë-gënjeshtër”, por edhe informacione kryekëput false, të gatuara në kuzhinat e urrejtjes politike apo etnike.

Problemi i verifikimit të të vërtetave që hidhen në qarkullim në sferën publike përmes hapësirës kibernetike është bërë shqetësues edhe në fushën e shkencës. Një test teknik i bërë pak kohë më parë në SHBA ka evidentuar se, qysh nga viti 2002, të paktën 25 përqind e dorëshkrimeve të pranuar për botim nga revista *Journal of Cell Biology* (Revista e Biologjisë Qelizore) janë shoqëruar me ilustrime të manipuluar në atë mënyrë që binin në kundërshtim me udhëzimet e revistës (*New York Times*, 24 janar 2006).

Për të mbushur disi boshllëkun e krijuar nga mungesa e verifikimit të njohurive që qarkullojnë në domenin publik, në SHBA janë krijuar disa Web sites si, “Snopes.com”, “TheSmokingGun.com”, “Purportal.com”, apo “JunkScience.com”. Është bërë, si të thuash, diçka e zakonshme që kur merr apo përcjell mesazhe në Internet, për vërtetësinë e përmbajtjes të të cilëve nuk ke siguri, të dëgjosh të thuhet “I checked with Snopes, and this is false” (E verifikova me Snopes dhe nuk është e vërtetë).

Wikipedia si “memorie anarkiste”

Një përpjekje për të konfirmuar vërtetësinë e atij informacioni të jashtëzakonshëm që është vënë në qarkullim në Internet është Wikipedia,¹ një enciklopedi *online* (e krijuar në vitin 2001 dhe e regjistruar në Florida), e cila e konsideron veten si “the free encyclopedia that anyone can edit” (enciklopedia falas, të cilën mund ta redaktojnë kushdo). Deri më sot, Wikipedia përmban më shumë se 1,000,000 rubrika.

Wikipedia nuk është e vetmja “wiki” që gjendet në Internet. Ka edhe “wiki” të tjera por, sidoqoftë, Wikipedia është Web siti më i madh. Ajo përfaqëson një ndërmarrje anarkiste për administrimin e së cilës “bashkëpunojnë” një numër shumë i madh njerëzish, të cilët e shohin Wikipedian si një “organ” për botimin e pikëpamjeve të tyre anarkiste. Karakteristikë dalluese e Wikipedias dhe e çdo “wiki” tjetër është se ato u lejojnë të gjithë përdoruesve të tyre të redaktojnë çfarëdo rubrike apo faqeje që duan, duke pasur liri të plotë të redaktojnë, të shuajnë dhe të shtojnë si të duan, ato ç’kanë shkruar të tjerë para tyre. Siç ndodh me të gjitha projektet anarkiste, Wikipedia u lejon njerëzve që mbrojnë një pikëpamje të caktuar të fshijnë

¹ “Wiki”, fjalë kjo që është përdorur në këngën e Elvis Preslit “Blue Hawaii” dhe në gjuhën e Hawaiit do të thotë “shpejt”.

argumentet e kundërshtarëve të tyre (siç mund të bëjnë dhe këta të fundit më pas) derisa një faqe e caktuar të japë argumentet e secilës palë në atë masë që asnjëra palë të mos ketë mundësi të kundërshtojë. Mendoni për një çast se sa e mundur është realisht në këtë “Epokë të Polarizimit”, në të cilën jetojmë, që palët kundërshtarë të mos kundërshtojnë njëra-tjetrën. Merrni në Shqipëri vetëm rastin e qëndrimit ndaj figurave të ndryshme historike, apo ndaj ngjarjeve të mëdha historike, si Lufta Antifashiste Nacional-Çlirimtare, apo thjesht një datë e vetme, siç është ajo e Çlirimit të vendit nga pushtuesit nazistë. Sa e mundshme është të bien dakord palët kundërshtarë? Shtrijeni këtë arsyeim për vlerësimin e çdo ngjarjeje dhe dukurie që përbën arsenalin e pafund të diturisë njerëzore (afro një million rubrika deri më sot), siç përpiqet ta akumulojë dhe organizojë këtë dituri Wikipedia, dhe do të kuptoni se është në natyrën e racës njerëzore të mos pajtohet me mendimet e tjetrit.

Ky parim anarkist që frymëzon administratorët e Wikipedias ka çuar në shtimin e atyre individëve që quhen “sockpuppets” (diçka si “kukulla goditëse”), individë të cilët redaktojnë Wikipedian duke krijuar përshtypjen se janë të shumtë në numër, në mënyrë që t’i organizojnë dhe trajtojnë rubrikat e ndryshme të kësaj enciklopedie falas “online” në atë mënyrë që të instalojnë në të pikëpamjet e tyre të njëanëshme, duke vandalizuar atë rezervuar të vyer të kulturës dhe dijes njerëzore të krijuar dhe trashëguar për shekuj me radhë. Vetë Wikipedia e shpall hapur se ajo nuk garanton vlefshmërinë e informacionit që përmbahet në të: “Wikipedia Makes No Guarantee of Validity”. Ajo nuk premton asnjë lloj recensionimi të rubrikave të saj nga ekspertë të fushave respektive, por vetëm “këshilla joprofesionale”.

Një metodë e tillë kompromenton rëndë integritetin e dijes enciklopedike. Enciklopedistët iluministë francezë, Didëroi, d’Alamberi dhe bashkëpunëtorët e tyre, konsideronin si mision të Enciklopedisë riformulimin e pikëpamjeve ekzistuese në kohën e tyre mbi individin dhe shoqërinë për të bërë të mundur diskreditimin e “të vërtetave absolute” të Kishës Katolike. Sidoqoftë, metoda e tyre ishte rigorozisht shkencore për kushtet e asaj kohe. George Orwell, në librin e tij 1984, përshkruan përpjekjet e komunizmit për të transformuar mendjet dhe zemrat e qytetarëve në mënyrë që të ruante sundimin mbi ta. Në ditët tona, taktika që ka zgjedhur Google për të mos krijuar konflikt me vijën politike të Partisë Komuniste të Kinës, ndërsa ka hyrë në tregun kolosal kinez, është mjaft domethënëse. Nëse sistemi më i fuqishëm i kërkimit (*search engine*) në botë, vlera e të cilit në treg është më e madhe se vlera e të gjitha gazetave amerikane të marra së bashku, mund t’u përshtatet interesave politike të Partisë Komuniste të Kinës për të kontrolluar *të sotmen*, duke mbajtur nën kontroll *të kaluarën*, ç’mund të thuhet për Wikipedian dhe “wikit” e tjerë që ofrojnë informacion falas “online”?

Asnjë përpjekje e bërë deri më sot për të revizionuar apo vandalizuar arsenalin e dijes njerëzore nuk ka të krahasuar me përpjekjen e Wikipedias për të rishkruar në Internet, nga zero, gjithë trashëgiminë historike, kulturore dhe letrare të njerëzimit. Mendoni për një çast se ç’mund të ndodhte nëse historinë e ribëjmë në Internet! Ç’do të thotë nëse shumë njohuri i marrim për të vërteta pa i verifikuar nëse janë apo jo vërtet të tilla? Ç’do të thotë kjo për brezat që vijnë? Ç’të mirë u sjell kjo anonimëve që me kaq zell fabrikojnë dhe diseminojnë në *cyberspace* gjysmë-të-vërteta apo gjysmë-gënjeshtra?

Por mendoni, gjithashtu, për një çast, këtë: Çfarëdo që të ndodhë, sado i madh të jetë informacioni me të cilin ndeshemi çdo ditë, sado i paverifikuar të jetë ai, në fund të fundit, janë “viruset” ato që mund të kujdesen për të. Dhe atëherë çdo informacion do të zhduket! Por, *No problem!* A nuk thoshte Stalini se “nëse s’ka informacion, s’ka problem”? Sapo që të rishkruarit e historisë njerëzore në Internet të ketë mbaruar, Interneti vetë mund të shkatërrohet nga “virese” të panjohura dhe gjithçka të bëhet pluhur e të humbasë në zbrazësinë e pafund, njëlloj si para krijimit.

Interneti dhe klasikët e sociologjisë

Implikimet morale të progresit teknologjik dhe keqpërdorimi i teknologjisë moderne kanë përbërë një preokupim teorik për klasikët e teorisë sociale. Për Marksini, teknologjia është, kyesisht, neutrale. Nëse ajo zotërohet privatisht, mund të përdoret për të fituar përmes shfrytëzimit të të tjerëve. Nëse ajo nuk zotërohet privatisht, teknologjia, sipas tij, mund t’i shërbejë zgjerimit të lirisë së individit për të përmbushur aspiratat e tij dhe të shoqërisë për progresi ekonomik e social. Maks Veberin, Georg Simelin dhe, më vonë Mishel Fukonë (Foucault 1979), i preokuponte invazioni i kulturës objektive, racionalizimi dhe forcat e fuqishme institucionale në jetët e individëve për shkak të mundësisë potenciale që ato kanë për t’u bërë instrumente të kontrollit dhe të dhunës. Ata ishin më pak optimistë sesa Marksi apo Durkheimi mbi potencialin emancipues të teknologjisë moderne. Veberi ([1905] 1996) ishte në mëdyshje përse i përket prirjes së teknologjisë për eficiencë dhe racionalitet, dy karakteristikat themelore të kapitalizmit, pasi edhe pse ajo mundëson rritjen e prodhimit me një kosto të ulët, nuk është e mjaftueshme për civilizimin e shoqërisë. Teknologjia, sipas tij, nuk mund të zëvendësojë racionalitetin substantiv apo krijimin e një shoqërie të mbështetur mbi disa vlera bazë. Këtë duhet nisur, sipas Veberit, për të vlerësuar si dobinë, ashtu edhe pasojat shoqërore të teknologjisë së avancuar. Fakti që diçka mund të bëhet teknologjikisht apo shkencërisht nuk do të thotë domosdo se ajo duhet bërë (shih Hurst 2000: 54). Vlerat humane komunitare duhet të kenë përparësi mbi zhvillimin teknologjik si të tillë apo mbi interesat e disave. Nëse Veberi do të ishte sot mes nesh dhe do ta pyesnim nëse krijimi teknologjik i hapësirës kibernetike përbën progres, ai, në përgjigje të kësaj pyetjeje, do të pyeste nëse kjo arritje teknologjike e bën shoqërinë më humane dhe më të civilizuar (ibid).

Si shumë karakteristika të shoqërisë moderne, teknologjia është një thikë me dy presa. Ajo mund të na çlirojë, por edhe mund të na skllavërojë. Për Marksini, gjithçka varet nga fakti se kush e kontrollon atë. Simeli, gjithashtu, do ta shihte atë si një mjet me të cilin ne mund të zhvillojmë individualitetin tonë, por edhe si një faktor që na ndan nga njerëzit e tjerë. Ndërsa të rriturit dhe fëmijët qëndrojnë me orë të tëra përballë ekranit të kompiuterit, jetët e tyre bëhen gjithnjë e më të privatizuara, ndërkohë që ata u ekspozohen të tjerëve përmes rrjeteve të informacionit. Në mënyrë paradoksale (dhe Simeli i pëlqente shumë paradokset), kompiuteri na bën më individualistë dhe të mbyllur, por, në të njëjtën kohë, ai mundëson krijimin e marrëdhënieve me njerëz

të tjerë dhe i bën jetët tona më publike. Ai ka si një potencial dezintegruës, ashtu edhe një potencial të madh integruës për individin në shoqëri.

Përparimi teknologjik, publiku dhe demokracia pjesëmarrëse

Për shumë kohë, mjaft shkencëtarë, filozofë të shkencës, sociologë dhe studiues të shkencës politike kanë qenë dhe janë të preokupuar mbi marrëdhënien midis “përgjegjësisë sociale në shkencë” dhe veprimtarisë politike e shoqërore (Young 1971: 2). Shumë prej tyre mendojnë se koncepte të tilla bazë të teorisë demokratike, si qytetar, pjesëmarrje, llogaridhënie, etj., nuk mund të kuptohen siç duhet pa marrë në konsideratë politikën e shkencës dhe të teknologjisë. Argumenti që jepet për këtë ka të bëjë me idenë se të jetosh në një demokraci nuk do të thotë thjesht të votosh një herë në katër vjet. Kjo nënkupton, para së gjithash, të menduarit racional kritik përkundër pranimi verbërisht të vendimeve që marrin të tjerët, përpjekje të vetëdijshme për t’i bërë shkencën dhe mendimin kritik gjerësisht të aksesueshme për qytetarët, si edhe pjesëmarrjen civile të tyre në të gjitha vendimet që ndikojnë mbi jetët e tyre. Siç ka vënë në dukje astrofizikanti i shquar amerikan, Carl Sagan (1987), demokracia kërkon një elektorat të informuar dhe reflektiv, jo një elektorat të painformuar që e merr pas vetes kushdo që kalon. Sipas tij:

Njerëzit duhet të jenë të gatshëm dhe të aftë t’i vlerësojnë produktet: A janë të sigurta ato? A funksionojnë? Ata duhet të dinë t’i kuptojnë motivet nga niset një qeveri në veprimet e saj si edhe pasojat e këtyre veprimeve. Kush përfiton nga një ligj i caktuar? A është i dobishëm ky propozim apo bëhet thjesht për qëllime elektorale? Ata duhet, gjithashtu, të kuptojnë vlerën e metodave shkencore të ekzaminimit, të shtrimit të hipotezave, të testimi të tyre dhe për të arritur në konkluzione që mbështeten në fakte empirike dhe në arsye (cituar në Spangenburg & Moser 2004: 94).

Duke qenë se sot jetojmë në kushtet e një hierarkie jashtëzakonisht të theksuar të ndarjes shoqërore të punës të krijuar—bashkë me shtetin modern në formën e “burokracisë racionale-legale”—si rrjedhojë e industrializimit dhe progresit shkencor dhe teknologjik, ky i fundit, siç ka vënë në dukje Habermas (1971), bën që, edhe pse individët kanë të drejta demokratike si qytetarë të një shoqërie, të drejtat dhe detyrimet e tyre të barabarta reduktohen mjaft në punën ata që bëjnë. Teorikisht, ata mund të punojnë ku të duan dhe mund t’i shpenzojnë të ardhurat e tyre si të dëshirojnë, por ata nuk mund të përcaktojnë se si të punojnë. Në një shoqëri teknokratike të organizuar në një mënyrë të tillë hierarkike, punëtari është i tjetërsuar nga puna e tij, nga vetja, nga punëtorët e tjerë dhe nga të drejtat e tij demokratike abstrakte (Young 1971: 3).

Ndryshe nga kohët e hershme, shkenca dhe teknologjia moderne përbëjnë një kompleks institucionesh dhe praktikash, aplikimet e të cilave jo gjithmonë konvergojnë me qëllimet e demokracisë. Kjo ndodh, përveç të tjerash, edhe për faktin se sot, shkenca dhe zhvillimi i teknologjisë janë të lidhura ngushtë me interesat ekonomike dhe politike të grupeve të caktuara. Siç vë në dukje Sheila Jasanoff (2009), në fillim

të shekullit të 21-të, ne kemi nevojë për “një lexim më të sofistikuar të historisë dhe një kuptim më të qartë të asaj se ç’do të thotë të lidhësh zhvillimet shkencore dhe demokratike me qëllime demokratike”. Ajo argumenton se:

Rreziqet e sotme nuk vijnë kryesisht nga shoqëritë totalitariste, në të cilat ideologjitë dhe qëllimet e një pakice kriminale u hiqin njerëzve çdo mundësi për të thënë fjalën e tyre lidhur me të ardhmen e tyre shkencore, teknologjike apo politike. Sot ka më shumë të ngjarë që ne të vuajmë nga një marrëdhënie mjaft e parregulluar midis shkencës dhe interesave private që e orientojnë kërkimin pa marrë shumë parasysh të mirën publike. Të nxitur nga lakmia për fitime dhe nga propaganda mediatike, ne rrezikojmë që shpikje problematike nga pikëpamja etnike dhe ambientaliste të realizohen përpara se njerëz të arsyeshëm të mund të reflektojnë përse ne kemi nevojë për to...Në përpjekjet për t'i bërë zbulimet e reja pjesë të tregtisë dhe të jetës tonë të përditshme, në shumë shoqëri demokratike të avancuara politikisht publike kanë kultivuar një partneritet midis shkencës dhe biznesit që habit shumë njerëz për intimitetin mes tyre dhe për mungesën e interesimit për dijen...Për rrjedhojë, thjesht të investosh më shumë para për zhvillimin e shkencës [dhe të teknologjisë]...nuk do thotë domosdo që kërkimi dhe zhvillimi shkencor dhe teknologjik bëhen për të mirën publike (Jasanoff 2009).

Në shembullin e Markyzes dhe të filozofëve të tjerë të Shkollës së Frankfurtit, Habermas beson se zhvillimi i njohjes shkencore dhe progresi teknologjik i shoqërisë gjatë shekullit të kaluar ka qenë kaq i madh sa ka krijuar një situatë cilësisht të re, e cila mund të thuhet se përfaqëson një stad të dytë të procesit të racionalizimit të shoqërisë, siç e kuptonte atë Veberi, pasi “ushtrimi i pushtetit... është transformuar strukturalisht nga ekzigjencat objektive të strategjive të reja teknologjike” (Habermas 1971: 62). Në dallim nga Fuko dhe të tjerë, të cilët besojnë se shkenca, ashtu si alkimia dikur, është potencialisht e rrezikshme për shkak se ajo mund të përdoret si një mjet për të kontrolluar dhe dominuar jetët e përditshme të njerëzve, duke i formatuar ato sipas interesave të shtetit, Habermas nuk e sheh dijen formale, shkencën dhe teknologjinë si një rrezik për demokracinë për shkak gjoja të një tendence inherente të tyre për ta shpëputur vendimmarrjen politike nga pjesëmarrja demokratike. Rreziku që ai sheh ka të bëjë me përdorimin e papërshtatshëm dhe të gabuar të teknologjisë si një ideologji për të justifikuar vendimet që në të vërtetë nuk janë të një karakteri teknik apo shkencor. Ai argumenton se dija rationale dhe teknologjia mund të përdoren si një justifikim fals—por politikisht efektiv—për ushtrimin jodemokratik të pushtetit. Në rrethana të tilla, vendimet politike nuk bëhen subjekt i debatit publik ngaqë ato i paraqiten publikut si vendime “teknike”. Në këtë mënyrë, qytetarëve nuk u mundësohet që të zgjedhin midis alternativave të ndryshme për shkak se atyre u thuhet se çështjet janë teknike dhe kanë nevojë të zgjidhen me “metodat më të mira” (ibid. 61).

Unë mendoj se një shoqëri, e cila mbështetet tërësisht në shkencën dhe teknologjinë e lartë nuk mund të jetë vërtet demokratike nëse ata që i zotërojnë sekretet e metodës, të ligjeve dhe të gjuhës shkencore janë një grusht njerëzish. Një shoqëri e tillë rrezikon të sundohet nga një tip i ri “klerikësh” (Lapp 1965),

apo “Brahmanësh të rinj” (Klaw 1969) dhe, në vend që të zhvillohet si një shoqëri demokratike, ajo mund të shndërrohet në një “tirani të ekspertëve” (Lieberman 1970). Alexis de Tocqueville vuri në dukje në mënyrë të shkëlqyer në kohën e tij se janë qytetarët e thjeshtë, publiku i informuar dhe praktika e tyre politike ato që i forcojnë sistemet demokratike dhe që kontrollojnë pushtetin politik.

Referenca

- Beck, Ulrich. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Beck, Ulrich & Elizabeth Beck-Gernsheim. 2002. *Individualization: Institutionalized Individuailsm and Its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Bernstein, Nina. 1997. “On Line, High-Tech Sleuths Find Private Facts”, *New York Times*, September 15, A1.
- Durkheim, Émile. [1893] 1997. *The Division of Labour in Society*. Trans. Lewis A. Coser. New York: Free Press.
- Foucault, Michael. 1979. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Habermas, Jürgen. 1971. *Towards a Rational Society*. Boston, MA: Beacon Press.
- Harmon, Amy. 1996. “On-Line Trail to an Off-Line Killing”, *New York Times*, 30 April, A30.
- Heath, Rebecca Piirto. 1998. “Tuning in to Talk”, *American Demographics* (February): 48-49.
- Hurst, Charles E. 2000. *Living Theory: The Application of Classical Social Theory to Contemporary Life*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Jasanoff, Sheila. 2009. “Essential Parallel between Science and Democracy,” *Seed Magazine*, February 17.
- Klaw, Spencer. 1969. *The New Brahmins: Scientific Life in America*. New York: William Morrow & Co.
- Lapp, Ralph E. 1965. *The New Priesthood: The Scientific Elite and the Uses of Power*. New York: Harper & Row.
- Lieberman, Jethro K. 1970. *The Tyranny of the Experts: How Professionals Are Closing the Open Society*. New York: Walker & Co.
- O'Malley, Pat. 2008. “Governmentality and Risk”, ff. 52-75, in Jens O. Zin (ed.), *Social Theories of Risk and Uncertainty: An Introduction*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Parks, Malcolm R. & Kory Floyd. 1996. “Making Friends in Cyberspace”, *Journal of Communication* (Winter): 80-97.
- Penzias, Arno. 1997. “Technology and the Rest of Culture”, *Social Research* Vol. 64, No. 3.
- Sagan, Carl. 1987. “The Burden of Skepticism,” *Skeptical Inquirer* 12, 1: 38-46.
- Simmel, Georg. [1907] 1978. *The Philosophy of Money*. Boston, MA: Routledge.
- Spangenburg, Ray & Kit Moser. 2004. *Carl Sagan. A Biography*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Tarifa, Fatos. 2006. “Epoka e informacionit, e skepticizmit dhe e verifikimit”, *Tirana Observer*, 30 qershor.
- Weber, Max. [1905] 1996. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Los Angeles: Roxbury.
- Young, Robert M. 1971. “Science versus Democracy,” *Science or Society?* (Bulletin of the Cambridge Society for Social Responsibility in Science), 1 (May): 2-3.

Modeli i propagandës; qasje antropologjike në realitetin mediatik

Aleksandër DHIMA*

Abstrakt

Ky artikull analizon efektet e *propagandës* mbi opinionin publik, ardhur kryesisht nëpërmjet mjeteve mediatike, sipas “prerjes” etno-kulturore dhe rrethanave historike konkrete. Si bazë për vlerësimin e ndikimit politik, ideologjik, fetar e tregtar të kësaj dukurie në etapa të ndryshme kohore, shërben *modeli klasik i propagandës*, i cili është shndërruar gradualisht në mjet e në pjesë të pandashme të pushtetit. Një vend të posaçëm në studim, zë pasqyrimi i këtij *modeli* në realitetin mediatik shqiptar dhe identifikimi i disa prej formave të tij tipike: *demaskuese*, të *agjit-propit*, *ateiste*, *marksiste-leniniste*, *zyrtare*, *editoriale*. Më tej, shqyrtohen sfidat e kalimit të *medies* nga *mjet propagande* në *mjet të informimi publik*, gjë që do të arrihej, sipas autorit, përmes çlirimit të saj nga strukturat indoktrinuese e politikat editoriale klienteliste. Së fundi, analizohen disa nga tiparet që e afrojnë medien e sotme shqiptare me modelin klasik të *propagandës*. Ndër problematikat bashkëkohore të këtij entiteti mediatiko-politik, përmenden: rreziku i manipulimit në vazhdimësi, politizimi i gjithçkaje që ka të bëjë me mjedisin social, retorika dhe folklorizmi në përcjelljen e mesazhit.

Hyrje

Ndryshimet teknologjike e konceptuale që kanë pësuar mediet dhe modelet e paraqitura prej shkollave mediatike, kanë sjellë pasoja të rëndësishme në funksionimin e jetës shoqërore dhe politike. Në qerthullin shumëpërmasor të problematikave në antropologjinë e komunikimit, një ndër temat me theks aktual mbetet bashkëlidhja e medias me politikën, e cila trajtohet përgjithësisht në fokusin konjitiv të përvojës njerëzore. *Modeli i propagandës* pasqyron veçanërisht organizimin

*Pedagog i *Antropologjisë së Komunikimit* në Universitetin European të Tiranës

konjitiv të ngjarjeve politike, çka nënkupton mënyrat e konceptimit të mesazhve politike nga njerëzit, si dhe përfitim ose ndryshimin e mëpasëm të perceptimit, si pasojë e këtij “strukturimi” (Romney & Indow, 2002).

Sipas një përcaktimi të kohëve të fundit, *propaganda* cilësohet si “qëllim i vazhdueshëm për përhapjen e perceptimeve, manipulimin e sistemeve njohëse, ashtu si edhe mjedis i përshtatshëm për përfitim të një përgjigjeje sipas dëshirës së propagandistit” (Jowett & O'Donnell, 2006: 7). Nocioni i sotëm i *propagandës* e merr zanafillën nga Kongregacioni i Shenjtë “*De Propaganda Fide*”, një komision kardinalësh i krijuar në vitin 1622 nga papa Gregori XV, që merrej me përhapjen e fesë në botë përmes botimeve në gjuhë të ndryshme (Diodato, 2003: 122). Vlen të kujtojmë këtu se, në vitet 1642-1647, mes nxënësve të këtij kongregacioni, përkatësisht *Kolegjit Urban* (themeluar nga papa Urbani VIII, më 1627-n), ishte edhe Pjetër Bogdani, autori i “Çetës së Profetëve” (*Cuneus Prophetarum*, 1685), e para vepër teologjiko-filozofike origjinale në gjuhën shqipe (Marlekaj, 2008: 19-23).

Në shekujt pasues, *propaganda* u bë mjet dhe pjesë pandarë e pushtetit. Përdorimi i gjerë i saj në aktivitetet me karakter politik, fetar, kulturor dhe tregtar, kishte si qëllim bërjen për vete të opinionit publik përmes përdorimit të mjeteve racionale e psikologjike, duke ndikuar në sjelljen e masave dhe, shpesh, duke i orientuar ato. Sipas Habermas-it, “në shoqëritë tona mediatike, opinionit publik u shërben atyre që kërkojnë të jenë të rëndësishëm dhe të kenë hapësirë për paraqitjen e vetvetes; shfaqja, fama dhe paraqitja e vetes, janë qëllimi i daljes së tyre në publik” (Habermas, 2008: 15).

Koncepti antropologjik mbi propagandën

Analiza e fakteve konkrete nga realiteti mediatik i vendit dhe ai ndërkombëtar, tregon se *propaganda* është njëra prej metodave më të efektshme që mund të përdoret për “ndërgjegjësimin fals” të grupeve të gjera të popullsisë; nëse njerëzit besojnë atë që dëshirojnë agentët propagandistikë, përfshirë edhe operatorët e medias, ata “fikin” në mendjet e tyre çdo lloj dyshimi të natyrës njohëse rreth mesazhit. Procesi i keqinformimit publik përdor prirjen kolektive për seleksionimin e burimeve “të këndshme” të informacionit, duke siguruar kështu mekanizmin e “mbajtjes nën kontroll të turmave”. Sipas Naom Chomsky-it, “*populli në demokracitë e zhvilluara mund të kontrollohet në mënyrën më të efektshme nëpërmjet kontrollit të mendimeve*” (Chomsky, 1997: 5). Mediet masive – sipas tij – shërbejnë si sistem për komunikimin e mesazheve dhe simboleve popullatës në përgjithësi; funksioni i tyre është informimi, ngulitja e vlerave, besimeve e kodeve të sjelljes tek njerëzit, me qëllim integrimin e tyre në strukturat institucionale të shoqërisë. Por, në një botë me pasuri të përqendruar në pak duar dhe me konflikte të mëdha interesash klasore, për përmbushjen e këtij roli kërkohet një *propagandë* sistematike:

Në vendet ku të gjitha mjetet e pushtetit janë në duart e një burokracie shtetërore, kontrolli monopolist mbi mediet plotësohet shpesh nga censura zyrtare; kjo rrethanë e bën të qartë motivin pse ato u shërbejnë qëllimeve të elitës zotëruese. Puna e

sistemit të propagandës është shumë më e vështirë atje ku mediet janë private e ku mungon censura formale. Për këtë arsye, modeli i propagandës përqendrohet tek pabarazia e pasurisë dhe e fuqisë. (Herman & Chomsky, 1988: 2)

Mediet, krahas institucioneve arsimore të grupmoshave të ndryshme, kanë një rol parësor në hartimin e mekanizmave të *indoktrinimit* të masave. Thelbi i *indoktrinimit* qëndron tek modelet e imponuara të sjelljes, të mendimit e të përfaqësimit. Kur njerëzit flasin në një promovim libri apo në një ceremoni, thelbi i bisedës së tyre mbetet thjesht në “fjalë”; vlerësimi ndryshon kur njeriu përfshihet në atë proces që Chomsky e quan “rreth të dijenisë”. Në këtë kuadër, shtrohet një pyetje sqaruese: a kanë një vizion të qartë njerëzit e pozicioneve të larta në sferën e informacionit (përfshirë mediet dhe akademizmin politik), mbi reaksionin që duhet të presin kur shkruajnë për njëri-tjetrin, e më saktë kundër njëri-tjetrit? Në këtë pikë, Chomsky dallon tri prirje: *e para* lidhet me atë që ai e quan “industri të marrëdhënieve me publikun”; *e dyta* ka të bëjë me “sferën e intelektualëve publikë” (mendimtarë, njerëz që shkruajnë për opinionin dhe ata që shkruajnë vepra mbresëlënëse për natyrën e demokracisë); *e treta* është “rryma akademike”, pjesë e shkencës politike, që merret me komunikimin dhe informacionin, si pjesë përbërëse e studimeve politike në shtatëdhjetë-tetëdhjetë vitet e fundit. Të trija këto prirje, të cilësuara si “rryma”, e çojnë autorin në të njëjtin përfundim: që popullata ndaj së cilës mund të ushtrohet *indoktrinimi*,

[është] e paarsimuar dhe e përbërë nga joekspertë të mërzitshëm; këta të fundit duhet t’i mbajmë larg mjedisit publik, sepse janë të marrë dhe, nëse i angazhojmë [në përpunimin e masës], s’do të shkaktojnë veçse probleme; puna e tyre është të jenë ‘vëzhgues’ dhe jo ‘gjykues’; ata mund të votojnë e të zgjedhin njerëzit e mençur, por edhe mund të shohin, për shembull, futboll! (Chomsky, 1997: 12)

Sipas autorit,

(...) shtetit ia ka qejfi t’i kontrollojë mendjet tona për qëllimet e politikës që zbaton, por në shoqëritë demokratike s’mund të veprohet në këtë mënyrë, sepse sjellja jonë s’mund të kontrollohet duke përdorur forcën. Kjo mund të ndodhë deri në njëfarë kufiri, por mundësitë e kontrollit të dhunshëm janë gjithëherës të kufizuara, ndaj ai mëton të na kontrollojë mendimet. (Chomsky, *vep. cit.*: 40)

Propaganda në vetvete nuk ka asnjë peshë nëse nuk përhapet, aq më tepër kur synohet të bëhet pjesë e politikës. Kuptohet që, edhe në këtë rast, shpërndarjen e saj e realizon më së miri media, e cila - në një farë mënyre - bëhet transmetuesja kryesore. Kur *propaganda* krijohet nga subjekte të tjera, çka nënkupton se formuluesit e saj mund të jenë shteti, qeveria, grupet e fuqishme të interesit, që e shfrytëzojnë për të ndikuar opinionin mbi ta, media është thjesht *ndërmjetësuese*; por ka edhe raste kur ajo bëhet bartëse e *propagandës së vetëkrijuar*, pra të hartuar, formuluar e

shpërndarë prej saj. Në veprën *Mediet, Propaganda dhe Sistemi*, Chomsky- i e cilëson *propagandën* si “proces që krijon dhe forcon mendimet e vlerësimet e seleksionuara me shumë kujdes apo edhe shpik krejtësisht, çështje që kanë të bëjnë me ‘armikun zyrtar’” (Chomsky, 2002: 405).

Propaganda mediatiqe është vënë dhe vazhdon të vihet shpesh në funksion të pushtetit politik. Pasojat janë të dyfishta: nga njëra anë mbytet zëri publik i të qeverisurve, duke dëmtuar në këtë mënyrë një segment të rëndësishëm të identitetit të tyre individual dhe, nga ana tjetër, mediet detyrohen të vihen nën një varësi të fortë ndaj interesave të elitës politike.

Modeli i propagandës

Në periudhën midis dy luftërave botërore, *Instituti për Analizën e Propagandës* pranë *Shkollës së Çikagos* (IPA) fitoi një rëndësi të madhe. Ky *Institut* e përcaktonte *propagandën* si “shprehje ose veprimtari të individëve/grupeve, që synojnë ndikimin e opinionit, me qëllime të paracaktuara”. Lasswell-i, i cili punonte asokohe për paradigmen e *shkollës*, e përpunoi edhe më tej përkufizimin e saj, duke e përmbledhur këtë dukuri të shndërruar tashmë në institucion, brenda një koncepti më të gjerë: “Propaganda është në kuptimin më të gjerë të fjalës, një teknikë që ndikon tek veprimet njerëzore përmes manipulimit të asaj që shfaqet; ajo mund të paraqitet në formë verbale [nëpërmjet fjalës], me shkrim, me figura, ose në formë muzikore” (Lasswell, 1937: 214). Ky përkufizim dëshmon qartë se kjo *shkollë* mendimi po fokusohet mbi efektet e medias, sepse ajo theksonte ndikimin që mund të kishte media mbi qëndrimet dhe veprimet e audiencës. “*Devizat e Përgjithshme të Propagandës*”, të përpunuara nga IPA, synonin informimin e publikut për atë se kush i kontrollonte e i ndikonte “dallgët” e *propagandës*, përmes kanaleve të ndryshme të komunikimit. Kjo lloj ABC-je i shtyu lexuesit të kuptonin dhe analizonin pikëpamjet personale mbi bazën e materialit propagandistik të ofruar, me qëllim nxitjen e diskutimeve informuese mbi këtë temë. IPA mbeti një burim i vlefshëm informacioni për qytetarët amerikanë, për ndriçimin dhe aktivizimin e mendjes së tyre, për të menduarin lirshëm, pa u ndikuar nga të tjerët.

Në veprën “*Ekonomia Politike e Masmedies*” (1988), Herman-i dhe Chomsky propozojnë një “model të propagandës” si strukturë për të analizuar dhe kuptuar përse përdoret ai si një mjet i efektshëm. Autorët u habitën nga rregullsia me të cilën vepronte media mbi bazën e një serie premisash ideologjike dhe nga varësia e fortë e saj ndaj interesave të elitës, sidomos gjatë fushatave propagandistike. Ishte kjo arsyeja pse autorët në fjalë e shohin *propagandën* si një model për të analizuar dhe kuptuar edhe vetë mënyrën se si funksionon media. Analiza e kësaj dukurie merr rëndësi të madhe zbatuese në sisteme të ndryshme politike dhe ideologjike, sidomos në vendet me regjime autokratike, por edhe në vendet me demokraci të zhvilluar, sepse sjellja e elitave ndaj masave është e ngjashme, pavarësisht nga sistemi politik apo shkalla e demokracisë.

Propaganda është e qëndrueshme dhe i lejon elitës të kuptojë që “masat janë dukshëm dritëshkurtra” (Bailey, 1948: 13), sepse s’kanë mundësi të shohin thellë e

larg; ato e pranojnë dhe e “gëlltisnin” pa shumë vështirësi “menynë” që u servir elita, nuk thellohen në analizën se a do t’u shërbente apo jo ajo interesave të tyre, sepse shpesh janë “gjykatëse të varfra të interesave vetjake” (Lasswell, 1933: 527), prandaj “e meritojnë që shtetarët t’i mashtrojnë përmes propagandës” (Lippmann, 1921: 310). Në këndvështrimin e Lippmann-it, i ashtuquajti “fabrikim i informacionit” që pëlqehet nga një klasë elite, bëhet “art i vetëdijshëm dhe organizëm i rregullt i qeverisjes popullore” (*id.*: 248). Ferguson-i debaton për faktin që “media e madhe”, e kontrolluar nga investues që duan të përfitojnë maksimalisht, nuk nxit shpërndarjen e lajmeve e të analizave që do t’i drejtoheshin indinjatës së popullit, të cilat, ndoshta, do ta bënë qeverinë të reagoje armiqësisht ndaj interesave të të gjithë investuesve të mëdhenj që merren me të” (Ferguson, 1995: 400). Nga ana tjetër, Page thekson se “problemi i shqyrtimit publik të lajmeve, bëhet më i mprehtë kur zyrtarët dhe media qendrore marrin pozicione të ngjashme ndaj tyre dhe të kundërt ndaj publikut” (Page, 1996: 119).

Përtej politikës, studimet mbi *propagandën* janë zbatuar në shumë fusha. Herman-i e përshkruan *modelin e propagandës* si “model të mjedisit e performancës mediatike, dhe jo të efekteve mediatike” (Herman, 2000: 103). Ai argumenton se “ajo [propaganda] është një biznes që sjell fitim e që ushtrohet nga njerëz shumë të pasur (ose kompani); ajo është themeluar sidomos nga reklamuesit, që janë gjithashtu entitete fitimprurëse, që duan t’i shfaqin reklamat e tyre në një mjedis tregtar mbështetës” (*id. ibid.*). Autori përshkruan pesë faktorë që mundësojnë realizimin me sukses të *propagandës*: pasurinë, reklamat, burimet, kritikën dhe ideologjinë, të cilat i shihet si filtrat përmes së cilave duhet të kalonte informacioni.

Zhvillimi kohor i propagandës

Në fillimet e Luftës së parë Botërore, vetëm Gjermania kishte një farë organizimi publik të *propagandës*: pranë Ministrisë së Jashtme funksiononte Departamenti i Shtypit, i cili orientohej drejt saj. Dualiteti që kishte ky organ me *Seksionin III B* (Për Politikë dhe Edukim) pranë Shtatmadhorisë perandorake, shkaktoi paralizimin e efektshmërisë së tij për një kohë të gjatë. Premisat për fushata propagandistike të mirëfillta, u krijuan vetëm me nisjen e shërbimit *Deutsche Kriegsnachrichten* nga mareshalli Ludendorff më 1917-n, i cili shfrytëzoi me këtë rast konferencat e shtypit, kinemanë, teatrin, gazetatat, takimet konfidenciale me personalitete të jetës publike e politike, bibliotekat e krijuara enkas për botime të kësaj natyre, me qëllim që të mbante lart moralin e ushtrisë dhe zhvillimin e “ndjenjës së përgjegjësisë qytetare ndaj kombit” (Ellul, 1967: 104-105).

Gjatë luftës, rëndësi e posaçme iu dha edhe *propagandës së luftës*, si në planin akademik, ashtu edhe në atë ushtarak. Kujtojmë këtu së pari W. Lippman-in me veprën “*Opinionin Publik*” (1921), i cili e mbështet krijimin e opinionit publik tek fuqia e medias për çinformimin qytetar. Pak më vonë, H.D. Laswell-i boton veprën “*Teknika e Propagandës në Luftën e Parë Botërore*” (1927), ku vlerëson efektshmërinë e *propagandës* gjatë kësaj periudhe kohore; duke qenë përkrahës i menaxhimit shtetëror

të opinionit publik përmes fuqisë së *propagandës*, Lasswell-i përqendrohet tek studimi i medieve në rrafshin ndërkombëtar, me parullën: “*komunikim ndërkombëtar-propagandë-bindje*”.

Ai që “vulosi” formimin e *propagandës moderne* ishte Revolucioni i Tetorit, më 1917-n në Rusi, zbatimi sistematik i mendimit marksist-leninist, i cili fillon të luajë rolin kryesor si element doktrinor (Ellul, *vep. cit.*: 113-115). Sipas mendimit filozofik marksist, në shoqëri ekziston një gjendje e përhershme lufte klasore, e cila është më e thellë se lufta midis kombeve, çka i detyrohet së njëjtës strukturë shoqërore, asaj kapitaliste; lufta e klasave duhet të menaxhohet ashtu sikurse çdo luftë ushtarake, pra me strategji dhe taktikë të përcaktuar qartë. *Propaganda* - sipas tij - shndërrohet në një domosdoshmëri të llojit ushtarak, por ajo duhet të jetë e pandërprerë dhe, për më tepër, ta ndërgjegjësojë proletariatit, gjë që më mirë se çdo mjet tjetër e realizon *propaganda* përmes *agjitacionit*, pjesëmarrjes në veprimet revolucionare e tubimet informative për gjendjen politike aktuale. Ndërkohë që shkaktonte një subversion të përgjithshëm - jo vetëm politik, por edhe ndaj krejt elementeve të “qytetërimit borgjez” - *propaganda revolucionare* shndërrohet gradualisht në një *propagandë totale*.

Në intervalin kohor midis dy luftërave botërore, sidomos në botën perëndimore, nis konsolidimi i *propagandës shtetërore*, përmes organeve zyrtare si Ministria Britanike e Propagandës dhe agjencia *Reuters*. Në vitin 1932 krijohet *British Broadcasting Corporation* (BBC) me orientim pothuajse zyrtar, që kishte si mision kryesor të lidhte, nëpërmjet anglishtes si “gjuhë perandorake”, Londrën me kolonitë (Jenks, 2006: 12). Nën drejtimin e William Ridsdale-it, *Foreign Office News Department* organizonte grupe korrespondentësh që mbulonin konferencat e shtypit dhe informacionet mbi çështje ushtarake.

Krahas agjencive të lajmeve, një rol të rëndësishëm në *propagandën shtetërore* luajtën edhe gazetatat. *Daily Express* mbulonte hapësirën e brendshme të informimit, duke manipuluar opinionin publik vendas. Për opinionbërjen kujdesej pronari i saj, Max Aitken (i cili mori më pas titullin e Lordit Beaverbrook). Ai ishte njeri i besuar i W. Churchill-it, por edhe adhures i Stalin-it, ndaj rekrutonte përgjithësisht gazetarë me prirje të majta. Në të njëjtin drejtim veproi edhe *Daily Mirror*, e cila funksiononte në kampin majtist dhe kishte kurs populist. Pas Luftës së dytë Botërore, *Daily Herald* fiton përkrahjen qeveritare dhe që prej kësaj kohe bëhet mbështetëse e fuqishme e politikës së jashtme britanike. Në kampin tjetër, *Daily Telegraph* mbështeste politikën konservatore edhe në marrëdhëniet me jashtë. *Times* kishte kryesisht si specifikë mbulimin e politikës e jashtme, e paraqitej si organ gjysmëzyrtar në dhënien e informacioneve diplomatike. Ndërsa *Sunday Times* veçohej prej gazetave të tjera nga informimi i balancuar (*id.*: 15).

Në çerekun e dytë të shekullit XX, *propaganda* nis të përdoret gjerësisht si instrument i regjimeve totalitare: informacioni i nënshtrohet tërësisht politikës shtetërore. Në vitet '50-'60 të po këtij shekulli, ajo fillon të legjitimohet gradualisht, kurse përmbajtja e saj, në kuadër të një disipline të re, njohur me termin “komunikim politik ndërkombëtar” (IPC), zgjerohet e pasurohet me elemente të panjohura më parë. Lindjen e kësaj disipline të re, e lajmëron më 1953-shin në faqet e revistës

“*Public Opinion Quarterly*” të universitetit të Prinstonit (Nju Xhërsi- SHBA) Levental-i. Për Lazarsfeld-in, njëri prej themeluesve të revistës në fjalë, kjo disiplinë ishte një mjet i rëndësishëm për drejtimin e luftës psikologjike që kishin ndërmarrë Shtetet e Bashkuara dhe Bashkimi Sovjetik, pak kohë mbas Luftës së Dytë Botërore (Lazarsfeld, 1969). Sipas konceptit të këtij drejtimi të ri propagandistik, “arma është propaganda, fushëbeteja është kanali i komunikimit ndërkombëtar, ndërsa çmimi është fitimi i besimit dhe përvetësimi i mendjes së grave e burrave në të gjithë botën” (Laurano, 2006: 11).

Propaganda zuri një vend të rëndësishëm edhe gjatë periudhës së Luftës së Ftohtë, në politikat e brendshme e të jashtme të shteteve të ndryshme, pavarësisht nga madhësia e pesha e tyre gjeo-politike. Zëdhënëse kryesore të kësaj prirjeje u bënë radiostacionet e fuqishme si *Zëri i Amerikës*, *Radio Moska*, *Radio Evropa e Lirë*, etj. Pas viteve ’90, në vendet e përparuara industriale, ku mënyrës së paraqitjes së politikës dhe legjislacionit shtetëror i është kushtuar po aq vëmendje sa edhe përmbajtjes e hartimit të tyre, ajo u shndërrua në mjeshtëri të stërholluar. Në shekullin e ri, u bë përfundimisht pjesë e pandashme e politikës së brendshme e të jashtme, e po ashtu edhe e marrëdhënieve ndërkombëtare.

Për shkak të nevojës për mbështetje publike, regjimet autoritare të gjysmës së dytë të shekullit XX, bënë përpjekje të mëdha për zhvillimin e *propagandës* dhe nxitjen e vijës zyrtare, me qëllim që të fitonin mbështetje për politikat e jashtme. Kështu për shembull, qeveria kineze, kur ftoi më 1972-shin për një vizitë zyrtare presidentin e Shteteve të Bashkuara të Amerikës, Richard Nixon-in, - pas disa dhjetëvjeçarësh kundërvënie politike ndaj “imperializmit amerikan”- organizoi një fushatë të madhe propagandistike, për t’i shpjeguar popullit të saj se “Shtetet e Bashkuara nuk ishin, në fund të fundit, aq të këqija” (Goldstein, 2001: 186).

Në shoqëritë totalitare, ku *propaganda* përfshihet në konceptin themelor të funksionimit të sistemit politiko-shtetëror, njeriut nuk i lejohej “të mendojë vetë”, së paku për çështjet publike, për të mos “prishur” besimin tek modeli i regjimit, i cili - nëpërmjet medieve të vendit përkatës - paraqitet i përkryer; ai duhet të jetë i disiplinuar dhe të udhëhiqet nga mësimet e të tjerëve, më së shumti nga mësimet e “prijësit të madh”. Mjafton të kujtojmë këtu realitetin mediatik të sotëm në Korenë e Veriut, Kubë, Venezuelë etj. Një *propagandë* e tillë, së cilës i shtohet edhe terrori, nga ai psikologjik deri te format e vrazhda të kërcënimit e të dhunës mbi medien e opinionin publik (Arendt, 2002: 441), ka elementë të mjaftueshëm për *indoktrinim*.

Pjesa më e madhe e qeverive të shteteve të sotme, krijojnë kanale të përhapjes së informacionit, për të ndikuar te njerëzit që i ndjekin ato edhe jashtë vendit. Tashmë nuk flitet më për *propagandë* në kuptimin klasik të fjalës, por për *diplomaci publike*, duke lënë mënjanë drojën e mëparshme se “diplomacia mund të trajtohet si propagandë”. Në ditët e sotme *informacioni*, *reklama* dhe *propaganda politike*, ndërthuren në atë mënyrë që mendja e shëndoshë e ka të vështirë t’u kundërvihet; ato vështrohen si “mashtroese” prej vetë natyrës që kanë. Në fakt, afrimi i *propagandës* me *reklamën* mbështetet në njësimin e mjeteve, sepse “*metodat e bindjes politike kanë huazuar shumë gjëra prej teknikës së propagandës tregtare*” (Baylon & Mignot, 2003:

149). Mediet janë jo vetëm pjesë e komunikimit të brendshëm politik dhe veprojnë shpesh me *propagandën*, por ato po e bëjnë gjithmonë e më shpesh një gjë të tillë edhe me komunikimin politik ndërkombëtar, duke u bërë kështu pjesë e strategjive të politikës së jashtme të shteteve përkatëse. Kështu për shembull, gjatë fushatës ushtarake amerikane në Afganistan, Departamenti i Shtetit u përpoq të zbatonte *diplomacinë publike*, duke vënë në lëvizje në radhë të parë *propagandën mediatike*, e cila synonte edhe vendet arabe, që mbanin një qëndrim qortues konstant ndaj politikës amerikane në rajon. Vizita e presidentit G.W. Bush në xhaminë e Uashingtonit (17 shtator 2001, pak ditë mbas rrëzimit të “Kullave Binjake”) dhe ndihmat humanitare për popullatën afgane gjatë bombardimeve të NATO-s, janë shembuj kuptimplotë të kësaj strategjie të re komunikuese (Gori, 2004: 131).

Mediet amerikane e përshkruan vizitën e presidentit Bush në Shqipëri (10 qershor, 2007) me tone shumë pozitive, si “vizitë në një shtet me shumicë myslimane”. Ajo zuri vend qendror në gazetën e madhe amerikane *New York Times*: në një artikull të gjatë, të shoqëruar me fotografi nga Tirana, autori nënvizon se “Shqipëria e vogël është sot vendi me ndjenjat më pro-amerikane në botë”. Gazeta citon një nga drejtuesit e komunitetit mysliman shqiptar, Ermir Gjinishin, të ketë thënë se “presidenti Bush është më tepër i sigurt në Tiranë se në Amerikë”. Vetë presidenti Georges W. Bush, në një intervistë dhënë televizionin *Vizion Plus* më 23 maj 2007, deklaroi se “gjëja e parë që më vjen në mend për Shqipërinë është një bregdet i bukur dhe njerëz myslimanë që duan të jetojnë në paqe”. Mbas mikpritjes mbresëlënëse të tij, mediet amerikane i dhanë kësaj vizite një popullaritet akoma më të madh, si “pritje prej heroi e presidentit amerikan, në një vend mysliman”. Pra, kjo vizitë ishte përfshirë tashmë në programin e raporteve amerikane me “botën myslimane”. Edhe *CNN* promovon prej kohësh strategjinë e “përbaljes së palëve”, por gjithsesi në kompromis me qeverinë amerikane. Ky qëndrim gjen mbështetje të gjerë, në formën e një logjistike infrastrukturore të karakterit propagandistik, nga mediet që transmetojnë programe në gjuhë të ndryshme. Shqiptarët e përcaktojnë identitetin e tyre etno-nacional duke u nisur jo nga feja, por kryesisht nga gjuha, prejardhja, vlerat, traditat dhe, në një përkufizim më të gjerë, nga përkatësia ndaj qytetërimit evropian, në të cilin bëjnë pjesë. Sipas Huntington-it, “përplasjet më të rrezikshme në të ardhmen, mund të lindin si pasojë e përplasjes së identiteteve kulturore” (Huntington, 2003).

Pasqyrimi i modelit të propagandës në realitetin mediatik shqiptar

Në këtë pjesë të studimit do të përqendrohemi në identifikimin e disa formave tipike të *propagandës* në realitetin mediatik shqiptar, në shtatëdhjetë vitet e fundit. Kriteret e përdorura për këtë qëllim përfshijnë çështje të mentalitetit etno-kulturor, si dhe evolucionin e mendimit politik e shoqëror në rrethana historike të caktuara

Propaganda demaskuese

Në prag të përfundimit të Luftës së Dytë Botërore, pushteti i Partisë Komuniste të Shqipërisë po shkonte drejt konsolidimit. Në këtë kuadër, komunistët nisën

një fushatë të gjerë në popull kundër *pluralizmit politik*, duke propaganduar se “pluralizmi demokratik borgjez dëmtonte interesat e vendit” dhe se “nga ai përfitonin armiqtë e Shqipërisë” (Duka, 2007: 230). Kjo formë demagogjie erdhi në vazhden e *propagandës demaskuese* “kundër armiqve të popullit shqiptar”, që zhvilloi shtypi i Lëvizjes Nacional-Çlirimtare në vitet e Luftës së Dytë Botërore (Zelka: 161). Njëkohësisht me *propagandën*, filluan nga puna edhe organet e para të shtypit të pushtetit revolucionar, të cilat - nga korriku i 1945-s - licensoheshin nga *Drejtoria e Shtypit dhe Propagandës* pranë Komitetit Qendror të Partisë Komuniste Shqiptare. Në këto organe, me autorizimin e Byrosë Informative të Partive Komuniste, ribotoheshin ndër të tjera edhe artikuj që u morën si *model propagande*, kryesisht për t'i bërë jehonë “fuqisë së kampit anti-imperialist” (Bregu, 2011). Nën ndikimin e përvojës jugosllave dhe nëpërmjet *Komisionit të Agjit-Propit*, Komiteti Qendror rekomandonte botimin e “gazetave të murit” në çdo rreth, qytet, ndërmarrje e repart ushtarak, proces që përfundoi në vitin 1947. Qëllimi i tyre ishte *agjitacioni* dhe *propaganda* që duhej të bënte Partia në çdo qelizë të jetës. Ky institucion drejtues për kontrollin e përmbajtjes së medias, shndërrohet në fillim të vitit 1946 në strukturë censuruese të shtypit, i cili - me anë të një qarkoreje të posaçme *Për Suksesin e Funksionimit të Propagandës* - do t'i jepte fund publikimit të “mendimit ndryshe” në media: “Konditat e ndryshme kërkojnë që çështja e agjitacionit dhe e propagandës të shtrohet në mënyrë shumë të organizuar, që të udhëhiqet direkt nga qendra e partisë(...) I gjithë agjitacioni dhe propaganda (...) organizohet dhe unjisohe nën udhëheqjen e Komiteteve të Partisë” (AQSH, 1946: 34-35).

Në të njëjtën kohë, me ngritjen e strukturave partiake, shteti komunist miratoi edhe ligje për të kontrolluar veprimtarinë e medias. Në nëntor të 1947-s, Kuvendi Popullor shpalli *Ligjin për Shtypin*, me anë të të cilit vendosej kontrolli mbi formën e materialeve propagandistike dhe censurohej përmbajtja e tyre (*Gazeta Zyrtare*, 8 janar 1948, Nr. 5: 4). Qysh nga kjo kohë, për dyzet vjet rresht, përmbajtja e shtypit në Shqipëri ka qenë përgjithësisht partiake, militante dhe apologjeiste, në shërbim të popullarizimit, zbrërthimit dhe zbatimit të programit të Partisë Komuniste Shqiptare, përkatësisht Partisë së Punës pas Kongresit të I^{ri} të saj (8 nëntor, 1948). Deviza e fletushkës, e botuar posaçërisht për këtë qëllim në numrin e saj të parë, ishte: “Roli i agjitacionit dhe propagandës nuk konsiston vetëm në mobilizimin e popullit aty për aty (...) [Ai] ka për detyrë të synojë më larg, të ngrejë nivelin politik të masave, t'i bëjë ato më të afta për të kuptuar politikën e shtetit dhe të partisë sonë” (*Agitatori*, qershor 1947, nr. 1: 5-6).

Propaganda ateiste

Kjo formë e *propagandës* u zhvillua gradualisht në Shqipëri duke filluar nga viti 1946, dhe kulmoi me fushatën “kundër fesë dhe zakoneve prapanike” të vitit 1967 (Hako, 1983: 289-292). Ajo u drejtua prej vetë udhëheqjes së lartë komuniste, e cila dha udhëzime për konceptimin e përmbajtjes së saj. Në fakt, kjo “aureolë politike” zuri vendin qendror në realizimin e objektivit marksist për shkatërrimin e bazave ideologjike të fesë.

Në thelbin e saj, kjo *propagandë* e re përbënte një lëvizje për edukimin materialist ateisto-shkencor të njerëzve, si dhe për njohjen e normave e mënyrës socialiste të jetesës. Synimi i saj ishte “krijimi i njeriut të ri”, i cili do të shndërrohej në një krijesë besnike e të verbër të regjimit (Duka, *op. cit.*: 384). Realiteti i ri, i krijuar në verën e atij viti me mbylljen e institucioneve fetare dhe me pezullimin e çdo aktiviteti të klerit, u pasua me ngritjen e *Muzeut Ateist* në Shkodër - i pari i kësaj natyre në botë - më 9 qershor 1973. Një kulm tjetër i këtij realiteti anti-fetar u pasqyrua më tej në *Kushtetutën e Republikës Popullore Socialiste të Shqipërisë* (28 dhjetor, 1976), në të cilën Shqipëria do të shpallej “vend ateist” dhe *ateizmi shkencor* do të sanksionohej si një “realitet dhe perspektivë e pashmangshme e shoqërisë socialiste”. Në nenin 37 të saj thuhet: “Shteti nuk njeh asnjë fe dhe përkrah e zhvillon propagandën ateiste, për të rrënjësuar tek njerëzit botëkuptimin materialist shkencor”; ndërsa me nenin 55 “ndalohet krijimi i çfarëdo organizate me karakter (...) fetar, ndalohet veprimtaria dhe propaganda (...) fetare”. Me këtë akt, shteti shqiptar e përjashtoi besimin fetar nga misioni madhor për ringjalljen shpirtërore të popullit dhe si tregues i lirisë së ndërgjegjes.

Propaganda antifetare nuk mund të mos linte gjurmë, sepse zhvillohej në një mjedis publik me nivel relativisht të ulët kulturor, pa mundësi informimi nga media alternative dhe pa kontakte të qëndrueshme me kulturat e tjera. Kjo bëri që rezistenca fetare antikomuniste të pakësohej (Shahu, 2000: 363). Në prag të mijëvjeçarit të ri, shqiptarët e lodhur dhe pa besim, ndjejnë ende pasojat e kësaj *propagande*, pavarësisht se në *Kushtetutën* e re të Republikës së Shqipërisë (21 tetor, 1998) sanksionohet liria e ndërgjegjes dhe e shprehjes, përkatesisht e besimit fetar, në jetën publike (neni 10 § 2). Nga ana tjetër, mbas dyzet e pesë vitesh të *ateizmit shkencor*, është e pamundur të përftohet një ide e saktë mbi ekzistencën e komuniteteve të rilindura fetare në shoqërinë e sotme shqiptare (Schmidt-Neke, 1999: 253) dhe - çështje më problematike - po shfaqen prirje radikale: në emër të lirisë, shqiptarët parapëlqejnë mënyrën libertine të jetesës; shtrëngimin autoritar të së kaluarës e zëvendësojnë me papërgjegjshmërinë etike; kolektivizmit të dikurshëm të “vijës së masave”, i janë kundërvënë tashmë me individualizmin irracional.

Këto prirje, me sa duket, i dhanë shtysë formësimit të një shumice njerëzish “një dimensional” në Shqipëri, sipas modelit ideologjik të shoqërive industriale të përparuara (Marcuse, 1972). Në këtë mes, edhe media po jep ndihmesën e saj:

Mjetet e komunikimit, *out-put-i* i parezistueshëm i industrisë zbavitëse e asaj të informacionit, kujdesen të lidhin me qëndrimet dhe zakonet e tyre të parashkuara e emotive, konsumatorët me prodhuesit, nëpërmjet disa reaksioneve intelektuale dhe - përmes këtyre të fundit - me sistemin social në tërësi. Produktet indoktrinohen dhe manipulohen; ato promovojnë kështu një ndërgjegje të gënjeshtërt, e cila është immune ndaj falsitetit të saj (...) Kjo kërkon modelimin e një mendimi dhe mjedisi një dimensional. (Bennett, 1982: 43)

Propaganda zyrtare

Në kohën e shtetit të diktaturës (1944-1990), mediet u konceptuan si element përbërës i sistemit politik dhe u vunë nën kontrollin e ideologjisë totalitare (Fuga, 2010:

195). *Propaganda* mbështetej në ripërsëritjen e të njëjtave ide filozofike materialiste dhe mediet ishin të detyruara t'i trajtonin dukuritë e botës reale, pavarësisht nga ndërgjegjia e njeriut, sipas parimeve të teorisë së “identitetit absolut”. Gazetarët e kohës e paraqisnin alternativën zyrtare si të vetmen që mund të ishte racionale. Në shkrimet e tyre nuk lihej vend për debate, ku të ballafaqoheshin ide të kundërta; përkundrazi, nëpër kritikën që bënin, shpesh tregoheshin edhe mizorë – sidomos në sferën e kulturës e të trashëgimisë letrare – ngaqë, ideologjikisht, kujtonin se idetë dhe njerëzit që shigjetoreshin, përfaqësonin anën regresiste të qenies njerëzore. Ky është tipari kryesor i *propagandës* së regjimit, që pasqyrohet në matricën kuptimore të mediave zyrtare të kohës (*id.*: 203-204). Në proceset gjyqësore të viteve 1973-1974 u akuzuan dhe u dënuan penalisht mjaft krijues, duke përfshirë edhe punonjës të medias, për “veprimtari agjitacioni dhe propagande kundër pushtetit popullor”. Neni 55 i *Kushtetutës* për “agjitacion dhe propagandë” vazhdoi të zbatohet për dhënien e dënimeve deri në vitin 1988 dhe u shfuqizua nga Kodi Penal me amendamentet kushtetuese të vitit 1991.

Një dukuri tjetër e karakterit surrealist të *propagandës* zyrtare të kohës, lidhet me shndërrimin gradual të romantizmit të Rilindjes Kombëtare në *narcizëm etnokulturor* (*id.*: 245): Shqipëria dhe shqiptarët trajtoreshin në media, në sistemet e komunikimit dhe të informimit publik, sikur ndodheshin në “qendrën e gravitetit” të botës, shiheshin si “vatër e vlerave të së ardhmes” për qytetërimin njerëzor, si “fanar ndriçues në brigjet e Adriatikut” etj. Mbi këtë shtrat, për arsye ideologjike, në Shqipëri zhvillohet edhe një formë tjetër e veçantë e *propagandës*: *propaganda e jashtme*. Interesi ideologjik asokohe ishte më i fuqishëm se interesi kombëtar, ndaj *ideologjia* u bë pjesë organike e interesit shtetëror për *propagandën*, sidomos për përhapjen e ideve marksist-leniniste në botën e jashtme. Kjo dukuri ka ndodhur edhe në vende të tjera të ish-kampit socialist; megjithatë, për *propagandën ideologjike*, Shqipëria mbetet një shembull tipik i viteve '60-'70 të shekullit XX. Mediet shtetërore (radioja, televizioni dhe shtypi partiak), nëpërmjet programeve informative në gjuhë të ndryshme, të cilat vazhduan të transmetoheshin deri në vigjilje të *pluralizmit*, përfaqësonin në këtë periudhë një qendër të *propagandës marksiste-leniniste*.

Propaganda editoriale

Me kalimin e viteve, media ristrukturohet dhe përafrohet gjithnjë e më tepër me interesat e aktorëve veprues në të; ai që do të dukej më i rëndësishëm mes tyre, do të përcaktonte edhe politikat editoriale mediatike. Sidoqoftë, situata mediatike aktuale në vend, përqaset mjaft me paradigmat vepruese të të ashtuquajturit “model i propagandës”, përpunuar nga *Instituti i Analizës së Propagandës* pranë *Shkollës së Çikagos*. Ferguson-i shkruan: “Media e madhe, e kontrolluar nga investues që duan të përfitojnë maksimalisht, nuk inkurajon shpërndarjen e lajmeve e të analizave që i drejtohen indinjatës së popullit, të cilat do ta bënin armiqësor veprimin qeveritar ndaj interesave të investuesve të mëdhenj” (Ferguson, 1996: 400). Në terma të përafërt, edhe media e sotme shqiptare ka politika editoriale që janë pajtuar me interesat e botuesve biznesmenë, të cilët kanë pronësuar rreth 80% të organeve mediatike. Përveç

presionit mbi mediet dhe gazetarët, ata i diktojnë këto politika editoriale duke ua mbivendosur praktikave të *lajmit të lirë*, të balancuar dhe të përgjegjshëm. Me tagrin e aktorëve mbizotërues në media, biznesmenët ia kanë dalë ta kthejnë *informimin* në *komunikim interesash* dhe, referuar konceptit të Herman-it dhe Chomsky- it mbi varësinë e rregullt të medias ndaj interesave të elitës (biznesit në rastin shqiptar), media jonë po fiton tiparet e një shërbimi jo demokratik. Të gjitha mediet së bashku, do të preferonin një medie të lirë, por secila prej tyre, e ndarë nga të tjerat, shfaq sjellje *propagande* dhe ndikimi prej grupeve të caktuara të biznesit apo të politikës. Për më tepër, në shoqëritë ku politika arrin të realizojë një ndikim të madh shoqëror, sistemi informativ komunikues shndërrohet në një “transmetues” të nënsistemit politik, pra në mjet apo organ të mirëfilltë propagandistik në duart e grupimeve politike të interesit, gjegjësisht të një piramide politikanësh shtetërorë. Praktika të tilla janë të njohura në shoqëritë totalitare/autoritare të kohës së sotme, por nuk përjashtohen aspak edhe në demokraci (Berisha, 2007: 148). Aq e shprehur është bërë kjo dukuri, saqë gjatë fushatave zgjedhore ka fituar më tepër elektorat ajo parti politike, që ka arritur ta përcjellë mesazhin e vet politik e propagandistik në organet më të rëndësishme të shtypit elektronik e të shkruar (Fuga, 2001: 26).

Disa nga tiparet e medias së sotme shqiptare, që e afrojnë atë me modelin klasik të *propagandës*, do të ishin: drejtimi nga bizneset, si operatorë dhe aktorë kryesorë në fushën e medias; kalimi nga medie të pozicionuara ideologjikisht (të majta, të qendrës, të djathta) në medie pro/kundër qeveritare, që përzgjidhen të marrin pjesë në projektet konkrete të qeverisë së radhës; seleksionimi i lajmeve, në pajtim me interesat e pronarëve të medias; trafiku i ndikimeve; kalimi nga censura në vetëcensurë. Tipare të tilla, në zhvillim e sipër, po shndërrohen në kriterë që ushqejnë *propagandën* dhe e bëjnë atë lehtësisht të zbatueshme në mjedise dhe forma të ndryshme të komunikimit. Pra, kjo situatë është diçka e ngjashme me përcaktimin e Herman-it se “propaganda [e sotme] është më shumë një model i mjedisit mediatik dhe performancës, sesa i efekteve mediatike” (Herman, 2000: 103).

Perfundime

Mbas një izolimi pesëdhjetë vjeçar dhe stanjacionit në shkencë e teknologji, jeta shoqërore shqiptare - ndonëse e shtrënguar ende në “morsat” e politikës - po përjeton një realitet dinamik, sidomos në sferën e medieve, ku pronësia, mundësitë për të krijuar medie të reja, për të pasur një politikë redaksionale të vetën dhe për të përshtatur teknika nga më bashkëkohoret, nuk varen më nga shteti. Në një realitet të tillë, tashmë të liberalizuar, mediet kanë liri vendim-marrjeje, krijojnë programe kulturore, politike, sociale etj., pa pasur nevojë për institucione të centralizuara, duke iu shmangur paragjykimit se ato duhet të krijojnë vetëm vepra të mëdha elitare. Këto ndryshime depërtuan me shpejtësi të madhe dhe u bënë shkak për kanale të reja komunikimi, nëpërmjet të cilave kalojnë mesazhe të perceptuara dhe të vlerësuara në mënyra nga më të ndryshmet, për shkak të larmisë së audiencës.

Në njëzet vitet e pluralizmit, media shqiptare ka kaluar nëpër disa shtigje jo

qartësisht të dallueshme, që mund të cilësohen si artikulum i interesave të aktorëve të medias dhe shprehin, në momente të ndryshme, përparësinë e aktorit konkret në medien përkatëse. Në fillimet e tranzicionit, *liria e medias* ishte dukuria që shfaqej me densitet më të lartë, kështu që edhe liria e të shprehurit, vështirë se mund të instrumentalizohet nga aktorë të ndryshëm, sidomos nga faktori politik. Kjo ndodhte për shkak se, të gjithë aktorët dhe faktorët e rinj në skenën publike, i kishin vënë vetes të njëjtin qëllim: të siguronin lirinë e shprehjes së mendimit dhe pavarësinë e medias së re, që sapo kishte lindur. Ndaj mund të thuhet se çfarë prezantohej në organet e shtypit apo në Televizionin Publik të kohës, nuk ishte me shumë gjasë e manipuluar.

Gjithsesi, rreziku i manipulimit të medias nga *propaganda* në Shqipëri, ishte dhe mbetet një nga çështjet më të debatueshme: a duhet konsideruar patjetër procesi i kalimit të medias nga *mjet propagande* në *mjet informimi publik* si tipar i demokracisë? Në një vend demokratik, mediet duhet të jenë realisht struktura informuese të opinionit publik. Por, në Shqipëri, ato vazhdojnë të perceptohen dhe – për fat të keq – ende si mjete të *propagandës politike*, përderisa pasqyrojnë kryesisht jo problemet dhe shqetësimet reale të njerëzve, por më së shumti konferencat dhe deklaratat e partive politike, çka dëshmon për një ndikim ende të fortë të elementit themelor të sistemit të vjetër mediatik, *propagandës* (Birko, 2010: 98). Siç shprehet një studiues shqiptar: “Shqipja publike nuk po arrin ende t’i heqë qafe modelet totalitare arkaike të ligjërimit. Arsyet e kësaj vetëkuptohen; jo vetëm shumë prej nesh që i flasim sot publikut jemi mbrujtur gjuhësisht në shkollat totalitare të regjimit të djeshëm, por edhe publiku që na dëgjon e na lexon, prirët të reagojë më mirë ndaj disa trajtave të ligjërimit dhe të mbetet indiferent ndaj disa trajtave të tjera” (Vehbiu, 2007: 65). Edhe në publicistikë e në botën e sotme akademike, një pjesë e botimeve vuajnë ende nga politizimet; ato janë të mbushura me retorikë propagandistike dhe folklorizëm (Duka, 2003: 169).

Nga pikëpamja antropologjike, kjo situatë është deri-diku e përligjur, sepse mendja njerëzore e ka të vështirë të çlirohet prej strukturave të ngulitura gjatë dekadave të tëra indoktrinimi, ku rolin parësor e ka luajtur *propaganda*. Këtë “përligje” e pohon edhe Sparks-i: “Nëse tranzicioni, për nga natyra, është më i gjatë, atëherë duhet të presim një shkallë më të madhe vazhdimësie të së shkuarës në media (...) Ndërmjet llojeve të ndryshme të sistemeve perëndimore [të medias], sistemet mediatike të ngritura [në epokën] paskomuniste ngjajnë më tepër si variante të tipit italian” (Sparks & Readings, 2002: 223). Tashmë dihet që sektori i informacionit në Itali mbizotërohet nga interesa të forta politike të njëanshme, pavarësisht se gazetarët e atjeshëm kanë mundur ta neutralizojnë deri diku ndikimin e politikës, duke e mbështetur punën e tyre në kritere të shëndosha profesionale (Birko, *art. cit.*: 103).

Bibliografi

Arendt, H. (2002). *Origjina e totalitarizmit*. Prishtinë: Dija.

Arkivi Qendror i Shtetit. (1946, shkurt). Dosja 131: 14.

Bailey, Th. (1948). *The Man in the Street, The Impact of American Public Opinion on Foreign Policy*. New York: Macmillan.

- Baylon, C. & Xavier, M. (2003). *Komunikimi*. Shkup: Logos.
- Bennett, T. (1982). "Theories of the media, theories of society", Gurevitch M. & Bennett, T. & Curran, J. & Woollacott, J. (eds.) "*Culture, society and the media*" London: Methuen.
- Berisha, I. (2007) *Media, agjensët e komunikimeve* (bot. i 2^{te}). Prishtinë: Pen/ Qendra e Kosovës.
- Birko, E. (2010) "Gjuha në media-peng i modeleve totalitare të ligjërit", *Mediat Shqiptare në Tranzicion*, 3: 98-103. Tiranë: UT/ Fak.Histori-Filogji.
- Bregu, Z. (2011). "Krijimi dhe organizimi i shtypit komunist pas Luftës së II-të botërore", *Studime Albanologjike*, Vol. 3, (Në shtyp). Tiranë: Universiteti i Tiranës/ Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë, Departamenti i Historisë.
- Brzezinski, Z. (2010). *Shansi i fundit i Amerikës; Kriza e superfuqisë amerikane dhe Islami*. Tiranë: Helga's Secret.
- Chomsky, N. (1997). *Propaganda and Control of the Public Mind*, (part 1). Cambridge-MA: Cambridge University Press.
- Chomsky, N. (2002). *Media Control; The Spectacular Achievements of Propaganda*. (2nd ed). New York: Seven Stories Press.
- Diodato, E. (2003). *Introduzione alla comunicazione politica internazionale*. Perugia: Guerra Edizioni.
- Duka, V. (2003). *Çështje të historisë bashkëkohore të shqiptarëve*. Tiranë: SHBLU. Duka, V. (2007). *Histori e Shqipërisë 1912-2000*. Tiranë: Shtëpia Botuese e Librit Universitar.
- Ellul, J. (1967). *Histoire de la propagande*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Ferguson, Th. (1995). *Golden Rule*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fuga, A. (2001) *Ikja nga kompleksi i Rozafës*. Pejë: Dukagjini;
- Fuga, A. (2010). *Monolog; Mediat dhe propaganda totalitare*. Tiranë: Dudaj.
- Goldstein, J. (2001). *Marrëdhëniet ndërkombëtare*. Tiranë: Dituria.
- Gori, U. (2004). *Comunicazione e politica internazionale*. Roma: Rubbettino.
- Habermas, J. M. (2008) *Midis natyralizimit dhe religjionit*. Përkth. Arbër Çeliku. Shkup: Asdreni.
- Hako, H. (1983). *Ateizmi shkencor*. Tiranë: Universiteti i Tiranës/ Fakulteti i Shkencave Politike Juridike.
- Hayakawa, S.I. (1939). "General Semantics and Propaganda", *The Public Opinion Propaganda Quarterly*, vol. 3: 197-208.
- Herman, E. S. (2000). "The Propaganda Model; A Retrospective", *Journalism Studies*. 1 (1): 101-112.
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent; The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books;
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing Consent; The Propaganda Model* (rev. ed.). New York: Pantheon.
- Huntigton, S. P. (2003). *The Clash of Civilizations and the Remarking of World Order*. New York: Simon and Schuster Paperbacks.
- Jenks, J. (2006). *British Propaganda and News Media in the Cold War*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Jowlet, Garth S. & O'Donnell V. (2006). *Propaganda and Persuasion*. (4thed.). Thousand Oaks-CA: Sage.

- Kushtetuta e Republikës Popullore Socialiste të Shqipërisë*. (1977). Tiranë: 8 Nëntori.
- Kushtetuta e Republikës së Shqipërisë* (1998). Tiranë: Qendra e Publikimeve Zyrtare, 2003.
- Laswell, H. D. (1933) "Propaganda", *Encyclopedia of the Social Sciences*, (p. 521-533). New York: Macmillan.
- Laswell, H. D. (1937) *Propaganda Technique in the World War I; Studies in Comparative Politics*, (p. 214-222). Cambridge-MA: The MIT Press Classics Series.
- Laurano, P. (2006). *Fondamenti di comunicazione politica internazionale*. Roma: Bonanno.
- Lazarsfeld, P. F. (1969). "From Vienna to Columbia", *Columbia Forum*, p. 31-36
- Lazarsfeld, P. F. "An Episode in the History of Social Research; A Memoir", Fleming D. & Bailyn B. (eds.) (1969). *The Intellectual Migration; Europe and America, 1930-1960*, p. 270-337. Cambridge- MA: Harvard University Press.
- Lippmann, W. (1921). *Public Opinion*. London: Allen and Unwin.
- Lippmann, W. (1925). *The Phantom Public*. New York: Harcourt-Brace.
- Löwenthal, L. (1987). "The Triumph of the Mass Idols", *An Unmastered Past; The Autobiographical Reflections of Leo Löwenthal*. Berkeley-CA: University of California Press.
- Marcuse, H. (1972). *One-Dimensional Man*. London: Abacus.
- Marlekaj, L. (2008). *Pjetër Bogdani e Shqipëria e kohës së tij*. Shkodër: Botime Françeskane/ Biblioteka "At Gjergj Fishta".
- McLean, I. (2001). *Fjalor politik i Oksfordit*. Tiranë: Shtëpia e Librit dhe Komunikimit.
- Page, B. (1996). *Who Deliberates?*. Chicago: University of Chicago Press.
- Romney, A. K. & Indow, T. (2002). "A Model for the Simultaneous Analysis of Reflectance", *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 99: 14607-14610.
- Sartori, G. (1969). "Politics, Ideology, and Belief Systems", *American Political Science Review*, 63 (2): 398-411.
- Schmidt-Neke, M. (1999) "Shqipëria", *Demokracia dhe Ekonomia e Tregut në Evropën Lindore; Strategji për Evropën*, Werner Weidenfeld (red.), p. 239-256. Tiranë: Shtëpia e Librit & Fondacioni Soros.
- Shahu, A. (2000). *Shteti komunist dhe kisha katolike (1945-1967)*, Simpozium Ndërkombëtar: *Krishterimi ndër shqiptarë* (Tiranë, 16-19 nëntor 1999) Shkodër: Toena: 355-365.
- Vehbiu, A. (2007). *Fraktalet e shqipes; Rrëgjimi i gjeometrive të standardit*. Tiranë: Çabej.
- Zelka, L. (2003). *Shtypi shqiptar gjatë Luftës II Botërore, 1939-1944*. Tiranë: Globus R.

Ndikimi i Teknologjisë në Strategjinë e Luftës

Luan Hoxha*

Abstrakt

Problemi i ndikimit të teknologjisë në çështjet ushtarake, ka qenë e mbetet gjithnjë pjesë e diskutimeve përgjatë historisë së zhvillimit të luftës e të luftimit. Ka shumë mbështetës të teknologjisë ose teknofilë që argumentojnë se teknologjia ndikon në mënyrë vendimtare në taktikat e luftëbërjes, në mënyrën e drejtimit të operacioneve, në doktrinat ushtarake dhe çfarë është më e rëndësishme në vetë strategjinë e luftës. Krahas tyre ka dhe autorë që pranojnë ndikimin e teknologjisë në përbërësit e luftës e luftëbërjes, por mendojnë se kjo gjë është pjesë e një evolucioni të zakonshëm të çështjeve ushtarake dhe se ky ndikim nuk ka një rëndësi vendimtare në fitimin e luftës.

Me gjithë termat interesante si “Revolucion në Çështjet Ushtarake” (RMA), “Gjenerata e Katërt e Luftës” (4GW), “Rrjet i Qendëzuar i Luftimit (NCW), “luftërat hibride” etj, ose terma të tjerë bashkëkohore të cilët përdoren për të treguar ndryshimet e mëdha teknologjike në fushën strategjike, në këtë artikull do të argumentoj se këto ndryshime nuk justifikojnë përqasjet krejt të reja ndaj rolit të teknologjisë në luftë. Megjithëse duhet pranuar se ndikimi i teknologjisë ka një rol të veçantë dhe se përdorimi i avantazhit teknologjik sjell rezultate shumë pozitive në fushë- betejë, teknologjia nuk është faktor përcaktues për fitoren ose humbjen e luftës. Nëse ka ndonjë faktor vendimtar që të çon në fitoren e luftës, ky ka qenë e mbetet njeriu.

* Luan Hoxha është pedagog për Sigurinë, Strategjinë dhe Gjeopolitikën në Universitetin Europian të Tiranës. Krahas një eksperience të gjatë pune në drejtimin e komandimit ushtarak, në politiken e sigurisë e te mbrojtjes, marrëdhënieve ndërkombëtare ushtarake, si dhe modernizimin e Forcës së Armatosur, ai e ka përfunduar karrieren ushtarake si Shef i Shtabit të Përgjithshëm dhe mban gradën Gjeneral Lejtnant në rezervë. Ai ka kryer studimet e MSc në Kolegjin Mbretëror të Shkencës Ushtarake në Britaninë e Madhe për Sigurinë Globale dhe doktoraturën në fushën e Studimeve të Sigurisë në Akademinë e Mbrojtjes

Hyrje

Një nga synimet e përcaktuara në *Librin e Bardhë* të Ministrisë Britanike të Mbrojtjes që në vitin 2003 është shprehur në formën; “*In order to meet the challenges of the future we must derive the full benefits of advancing technology*”¹ (British MoD 2006; 2). Në fakt kjo gjë nuk tingëllon shumë e pa njohur sepse edhe autorë të tjerë, sidomos amerikanë kanë theksuar vazhdimisht rëndësinë e teknologjisë. Avancimi i teknologjisë do të vinte së pari prej njohurive dhe zhvillimit ekonomik e industrial për t’u transformuar në kapacitete ushtarake, rëndësinë e së cilës do ta shprehte qartë Klauzeviçi duke thënë se “*Knowledge must become capability*”.² (Klauzeviç 1976; 579). Nisur nga këto komente duket sikur roli i teknologjisë e veçanërisht ai i armatimit modern do t’ia bëjë lehtësisht të mundur fitoren në luftë palës që ka epërsi teknologjike. Kjo është ajo që shumica presin të ndodhë, por më shumë se 3000 vjet më parë, në kushte kur nuk njihej fjala “luftë asimetrike”, më i lashti strateg, kinezi Sun Tzu, do të thoshte; “...*for if prepared to die, what can they not achieve?*” (Sun Tzu 1981; 134). E thënë në një kohë e mbase në një pikëvështrim tjetër, gjithsesi kjo është ende sot një argument i pakundërshtueshëm para të cilit favorët e epërsisë super-teknologjike të palëve ndërluftuese akoma nuk përbëjnë një përgjigje të plotë pozitive, sidomos kur përballohen me elementet e vullnetit njerëzor.

Diskutimi mbi ndikimin e teknologjisë në strategjinë e luftës ose edhe në mënyrat e luftëbërjes ka një vend të rëndësishëm në debatet midis studiuesve të sigurisë e veçanërisht atyre të strategjisë. Gjatë periudhave të ndryshme të zhvillimit e sidomos atij industrial, në rastet e shpikjeve të rëndësishme teknologjike, është folur për “revolucionë”, “gjenerata të reja”, ose terma të tjera interesante që synonin t’i jepnin një theks të veçantë arritjeve e avantazheve në armatime e pajisje, me synim që midis të tjerave të ndikinin sa më shumë në rezultatet e dëshiruara ndaj kundërshtarëve.

Ka më shumë se 10-15 vite që gjithnjë e më shpesh po flitet për “Revolucionin në çështjet Ushtarake” (Revolution in Military Affairs ose RMA) duke sjellë argumente fillimisht në favor e më pas edhe kundër. Në këtë diskutim po përfshihen gjithnjë e më shumë studiues të sigurisë e të strategjisë, të doktrinave, drejtues ushtarakë, teknikienë e teknologë ushtarakë që në tërësi, pa u marrë me diferencat e vogla midis tyre mund të ndahen në mbështetës të këtij revolucioni ose në ato që e quajnë këtë periudhë si një evolucion jo krejt të zakonshëm në historinë e zhvillimit të teknologjisë e të luftëbërjes në tërësi.

Në vitet 90, ka pasur gjithashtu edhe një debat mbi “Gjeneratën e Katërt të Luftëbërjes” (“Fourth Generation of Warfare ose 4GW”) (Vest 2001; 67), por që pavarësisht debateve të zhvilluara deri tani, akoma nuk ka një studim sistematik në lidhje me ndikimet reciproke midis ndryshimeve të teknologjisë, përmirësimeve të doktrinë ose zhvillimit të metodave të luftëbërjes nga ana tjetër. Më pas, në vitet

¹ Nëse duhet të bëjmë progres, duhet të përfitojmë maksimalisht nga të mirat që sjell teknologjia.

² Dija duhet të kthehet në aftësi.

2000 fillon e përdoret edhe një term shumë i preferuar e domethënës siç është ai i Rrjetit të Qendëruar të Luftëbërjes (Network Centric Warfare ose NCW). Të gjithë këto terma e koncepte të reja shpesh herë të krijojnë idenë e ndryshimeve revolucionare. Megjithatë, për gjykimin tonë, ky padurim për të folur shpejt në lidhje me impaktin e tyre në luftëbërje është i pajustificuar. Një padurim i tillë është pare dhe disa herë gjatë historisë, në periudhat e ndryshimeve të mëdha industriale, kompjuterike e informative. Megjithatë, fillimisht mendoj se është e dobishme të peshojmë në mënyrë sa më objektive rolin e kësaj terminologjie dhe të koncepteve që ato përfaqësojnë në luftën bashkëkohore.

Çfarë është dhe si kuptohet termi “Revolucion në Çështjet Ushtarake”

Sipas historianit Williamson Murray, koncepti “revolucion ushtarak” (RMA) (Williamson 2005; 69) është përdorur nga Michael Roberts në vitin 1955 në leksionet e tij mbi inovacionet e suedezit të famshëm Gustavus Adolphus. Colin Gray një nga autorët bashkëkohorë më në zë, thotë se historianët ushtarakë i kanë studiuar edhe më herët revolucionet ushtarake duke veçuar disa punime të bëra në shekullin e 20-të që i adresoheshin hopeve historike të zhvillimit të teknologjisë ushtarake në disa ushtri europiane (Gray 2002; 19).

Edhe rusët në vitet 80-të filluan të përdorin terma të tilla si “revolucion teknike ushtarak” duke marrë shkas nga ajo që po ndodhte në Amerikë me teknologjinë e avancuar të armëve konvencionale (Kokoshin 2008; 12-15). Këto terma i përdor edhe marshalli i njohur rus Nikolaj Ogarkov, i cili më vonë do bëhej Shefi i Shtabit të Bashkimit Sovjetik. Ogarkov thoshte se: “..krijimi i armëve konvencionale jobërthamore do të thotë armë luftarake me një fuqi të madhe shkatërruese e cila po ndryshon shumë shpejt natyrën e luftës, metodat e luftëbërjes dhe mbase edhe pasojat e saj” (Fitzgerald 2005; 35) Sipas sovjetikëve, amerikanët në këtë periudhë po zhvillonin një teknologji të armëve konvencionale precize, efektiviteti i të cilave mund të krijonte qasje të reja edhe ndaj vetë armëve bërthamore taktike, deri në mospasjen më të nevojës së përdorimit të tyre (Fitzgerald 2005; 35). Kjo gjë do të sillte pasoja edhe në doktrinat ushtarake ku si shembull mund të përdoret lindja e “Offset Strategy” e prezantuar nga ish sekretari i Mbrojtjes së SHBA-se Harold Brown. Kjo lloj strategjie e re përqendrohej më shumë në sistemet e mbështetjes e në konceptin “Komandim, Kontroll, Komunikim dhe Informim” e njohur asokohe si C3I, si dhe në presionin superior e në drejtimin preciz të goditjeve ndaj kundërshtarit.

Zhvillimi i mëvonshëm i këtij koncepti, do të lidhej me një strukturë të rëndësishme të Departamentit Amerikan të Mbrojtjes e quajtur “Zyra e Vlerësimit të Rrjeteve” e cila në të vërtetë e mori termin e “revolucionit teknik ushtarak” nga rusët dhe e zhvilloi atë gjatë viteve 80-të. Lindja së pari e armëve të sistemeve moderne precize të sulmit me rreze të gjatë, që mund të vendoseshin edhe hapësirë, dhe së dyti lindja e luftës informative (Marshall 1995; 42) u bë shkas për një rivlerësim të termave. Në mënyrë që të shmangnin konotacionet teknike e teknologjike, amerikanët ndryshuan termin nga “revolucion teknik ushtarak” në “revolucion të

çështjeve ushtarake” (Krepinevich 2002; 43-47). Më vonë amerikanët sponsorizuan shumë studime për fushën e RMA-së dhe në periudhën e administratës Klinton e sidomos gjatë luftës së Gjirit në vitin 1991, filloi të kristalizohet se çfarë do të ishte RMA-ja (Butfoy 2006; 8-12).

Në fakt do të ishte Eliot A. Cohen që ndezi plotësisht fillimin e debatit për RMA-në, debat që prodhoi shkolla të ndryshme të mendimit intelektual të cilat po shoqërohen edhe sot me mosmarrëveshje mbi termat që përdorin. Ndër shkollat më të njohura janë tri: Shkolla Ruse, që bazohet tek teoria dhe koncepti i shkrimeve të Ogarkovit; Shkolla Amerikane e fuqisë ajrore, që bazohet tek arritjet e fuqisë ajrore në luftën e Gjirit në vitin 1991 dhe që mbështet qasjen se tashmë është fuqia ajrore ajo që vendos për fatin e luftës; dhe se fundmi, shkolla e Owens e emëruar sipas konceptit të admiralit amerikan William Owens që ka si qasje kryesore luftën informative të realizuar nëpërmjet “sistemit të sistemeve”, kompleksit të rrjeteve e të sensorëve të cilët po përshpejtojnë efektivitetin e kapaciteteve ushtarake dhe për më tepër po sjellin transparencë në fushëbetejë duke bërë të mundur të kapërcehen edhe kufizimet Klauzeviçiane të “friction” ose “fërkimit” (kjo ka të bëjë midis të tjerash me dallimet midis luftës që planizohet në letër dhe të asaj që ndodh kur ajo zbatohet në terren) dhe të “mjegullës” (elementeve të panjohura, informacionit e të papriturave që vijnë nga veprime të kundërshtarit) (Cohen 1996; 40).

Sipas Cohen, janë tashmë këto tri shkolla kryesore që edhe pse kanë bërë përpjekje, nuk kanë mundur akoma të kompletojnë një përfundim studimor mbi ndryshimet që kanë ndodhur këto vite në teknologjinë e armatimit, në strukturat ushtarake, në elitën intelektuale ushtarake e në pozicionin relativ të fuqisë së shtetit (Cohen 1996; 51-54).

Koncepti dhe origjina e Luftës së Gjeneratës së Katërt (4GW)

Në fund të periudhës së Luftës së Ftohtë, një grup analistësh filluan ta përdorin termin e konceptit 4GW për ta zhvilluar atë më pas, gjatë viteve 90-të. Deri atëherë duhet thënë se ishin njohur tri gjenerata luftërash, por kjo e fundit, e katërta do kishte të bënte me një lloj tjetër lufte, krejt të parregullt, dhe të quajtur “luftë asimetrike”, si pasojë e ballafaqimit me një kundërshtar krejt të ndryshëm e me një natyrë të re shumë të përzier rreziqesh.

Në fakt, në pararojë të këtij koncepti do të ishte John Boyd, një tjetër ish-ushtarak amerikan i forcës ajrore, që kishte marrë pozicionin e avokatit të reformave ushtarake amerikane të viteve 90-të (Spinney 2005; 123). Përmbajta e 4GW përmbledh konceptin e “Konfliktit moral” të Boyd-it, i cili shpjegohet hollësisht në *Pattern of Conflict* (Boyd 2007; 2). Sipas teoricienëve të 4GW-së, ekzistojnë katër gjenerata të luftës të shpjeguara si më poshtë.

Gjenerata e parë e luftës e ka origjinën nga lindja dhe rritja e shtetit-komb në shekullin e 17-të dhe bazohej në taktikat lineare të këmbësorisë, nga ushtritë profesioniste të armatosura me armë rudimentare. Kjo gjeneratë përfshin zhvillimin e kolonave dhe linjave taktike dhe rafinimet e duhura për harmonizimin e kohës,

hapësirës dhe linearitetit të formacioneve të luftimit, karakteristikë që kulmoi në kohën e Luftërave Napoloniane (Fallows 2003; 12-23).

Gjenerata e dytë e luftës shënohet gjatë Revolucionit Industrial që solli zhvillimin e armëve të vogla dhe të artilerisë. Kjo gjeneratë u karakterizua me prezantimin e teknologjive më të reja për kohën, me menaxhimin e fuqisë së zjarrit, si dhe me doktrinën lineare e taktikat e luftimit të përdorura gjatë luftës së gjeneratës së parë, të cilat prodhuan një tretje të luftës së industrializuar. Strategët ushtarakë të kësaj periudhe përpiqeshin të kontrollonin në mënyrë strikte betejën duke u bazuar në harta me shumë detaje, të shoqëruara me grafikë të shumtë të hapësirave ku zhvillohej lufta. Kjo gjeneratë lufte, kulmoi në periudhën e parë të Luftës së Parë Botërore. (Fallows 2003; 45).

Gjenerata e tretë e luftës u bazua në kombinimin e armëve e të shërbimeve, në zjarrin masiv, dhe manovrimin e forcave të luftimit e të mbështetjes, gjë e cila i ka fillimet e saj në ofensivën gjermane të vitit 1918, të njohur si “Sulmi i Pranverës”. Avancimi i tmerrshëm vrasës i kësaj ofensive të Luftës së Parë Botërore i kombinuar me nevojat për shpikje të reja taktike për të thyer mbrojtjen pozicionale, prodhoi këtë gjeneratë lufte që u karakterizua edhe nga vendimmarrjet e shpejta, komandim kontrolli i decentralizuar dhe iniciativa taktike. Në fakt shkëlqimi i kësaj gjenerate lufte, janë operacionet e Vermahtit të njohura si “Lufta Rrufe” (Blitzkrieg warfare) në pranverë të vitit 1940 nga gjermanët. Më vonë, ky koncept luftimi dhe kjo gjeneratë lufte u përdor deri në vitin 1980 nga amerikanët të cilët e mishëruan atë në dokumentin e tyre të “US Army-s Air Land Battle Doctrine” (Winton 1996; 100-119).

Gjenerata e katërt e luftës (ose 4GW) fillon e përdoret si term në vitin 1989 nga William Lind në një artikull të “Marine Corps Gazette” (Lind et. al. 1989; 22-26). Në këtë artikull për herë të parë pranohet se tashmë është e nevojshme një gjeneratë e re lufte e cila do të bazohet në një shtrirje jolineare të theksuar, në një pamje të mjegullt, në vështirësitë e dallimeve midis objektivave ushtarake dhe atyre civile si dhe tek një vëmendje e madhe te kultura dhe shoqëria e kundërshtarit. Në këtë artikull, theksohet gjithashtu se kjo gjeneratë lufte mund të vijë si pasojë e përballjes me kultura e tradita joperëndimore, dhe mund të rrisë mundësinë e përdorimit të terrorizmit edhe nga aktorët joshitetërore, më së shumti bazuar te burimet transnacionale siç janë ideologjia dhe feja (Lind, Nightengale, Schmitt, Sutton, and Wilson 1989; 54-57). Thomas Hammes e përcakton më vonë 4GW-në si një *“angazhim e përfshirje komplekse përgjatë gjithë spektrit të aktivitetit njerëzor ku palët kundërshtarë do të luftojnë në sferat politike, ekonomike, shoqërore dhe ushtarake dhe do të përdorin të gjitha rrjetet e komunikimit e masmedian për të dhënë mesazhet e tyre.* (Hammes 2005; 3-10).

Mendimtarët e 4GW-së si John Arquilla e David Ronfeld, fillojnë të përfshijnë edhe koncepte të luftës kibernetike dhe luftën e rrjeteve (Arquilla dhe Ronfeldt 2001:29; 40) si një dukuri e nivelit shoqëror dhe e “konflikteve me intensitet të ulët”, të zotëruara nga rrjete të decentralizuara në të cilat rolin kryesor e ka informacioni. Po kështu teoricienët e 4GW-së përfshijnë edhe konceptet e “luftës asimetrike” si koncepte të gjera që nuk marrin për bazë simetrinë e kundërshtarëve. Për ta krahasuar

këtë lloj të ri lufte me anë të shprehjeve që përdorte Klauzeviçi, i cili e paraqet luftën si mundje midis dy kundërshtarëve, ose si një simetri midis dy mundësve (skema klasike e një lufte midis dy shteteve,) analistët e sotëm e përshkruajnë këtë përplasje në një formë plotësisht asimetrike, ose si një ndeshje që zhvillon një boksier i fuqishëm dhe i stërvitur mirë me një infeksion ose sëmundje virale.(D-N-I 2005;).

Historiani i njohur ushtarak, Martin van Crevlend, në librin e tij *Transformation of the War* (1981) trajton në vazhdimësi teorinë e 4GW-së dhe ndër të tjera parashikon se luftërat ndërshtetërore do të zhduken gradualisht për tua lënë vendin formave të tjera më primitive. Ai shkruan se; në të ardhmen lufta nuk do të bëhet nga ushtritë, por nga grupe të cilat sot ne i quajmë terroriste, guerile, bandite dhe grabitëse, por që pa dyshim do të përdorin tituj më formalë për të përshkruar vetveten (Crevlend 1991; 191). Krahës përshkrimeve mbi rëndësinë e motivimit, besnikërisë në këtë lloj lufte, ai ndalet edhe tek rreziku që kjo luftë do të humbasë atë çfarë deri tani është quajtur racionaliteti i luftës. Në anën tjetër Clevlend thekson se kjo lloj lufte po lëviz tashmë nga vendet e pazhvilluara në drejtim të vendeve të zhvilluara duke ndikuar shumë në të ardhmen e tyre. Ajo çfarë përbën thelbin e tezave të Crevlend mbetet pa dyshim qëndrimi se lufta tashmë po bëhet jotrititare (Lind, Nightengale, Schmitt, Sutton, and Wilson 1989; 22-26), dhe se ky koncept Klauzeviçian kaq i njohur e i përdorur kaq shumë, tashmë ishte i tejkaluar.

U deshën pak vite, dhe vetëm pas 11 shtatorit 2011, që edhe lidërsihipi politik të fillonte të përdorë terma të përafërta duke pranuar se një natyrë e re lufte kishte ardhur. Në artikullin e tij të parë pas 11 shtatorit, ish-sekretari amerikan i Mbrojtjes Donald Rumsfeld do të artikullonte se; Shtetet e Bashkuara ishin tashmë të përfshira në një luftë të një lloji të ri. (Rumsfeld 2001;). Tashmë kjo gjeneratë e re lufte ishte bërë fakt dhe kishte ardhur koha për të përgatitur një doktrinë të re mbrojtëse në përputhje me natyrën e re të kësaj lufte.

Rrjeti i Qendërzuar i Luftimit (NCW)

Një nga të rejat e kësaj dekade është edhe termi Rrjeti i Qendërzuar i Luftimit i cili ka lidhje shumë të ngushtë me zhvillimet teknologjike ushtarake informative. Ka disa vite që në termat e përdorura për operacionet luftarake bashkëkohore, po gjen vend gjithnjë e më shumë drejtimi me anë të Rrjetit të Qendërzuar të Luftimit (Network Centric Warfare ose NWC). Me NCW kuptojmë përfshirjen e sjelljeve dhe veprimeve njerëzore e organizative, prandaj rrjeti konsiderohet si një përzierje e aftësive humane me sistemet operacionale. Kjo gjë bazohet në adaptimin e rrugëve të reja të të menduarit dhe aplikimit të tyre në operacionet ushtarake. NCW-ja fokusohet tek fuqia luftuese e cila mund të gjenerohet nga lidhje ose rrjete efektive të kapaciteteve luftuese. Kjo mori sistemesh karakterizohet nga aftësia gjeografike e vendosjes së forcës në mënyrë që të krijojë një nivel të lartë të ndarjes së shqetësimeve të përbashkëta me gjithë aktorët në hapësirën ndërluftuese, të cilat mund të shfrytëzojnë vetësinkronizimin nga gjithë rrjetet e sistemet operacionale në mënyrë që të arrijnë synimin e komandantit. (Cebrowski

1998; 28-35). NCW-ja mundëson konvertimin e shpejtë të superioritetit informativ të komandave superiore të kapacitetet vepruese. NCW-ja është e aftë të sigurojë edhe transparencë për misionin, madhësinë e forcës dhe gjeografinë e luftës. NCW-ja gjithashtu bën të mundur bashkëveprimin e niveleve taktike, operacionale e strategjike në luftë pasi nuk është thjesht një çështje e lidhur me teknologjinë, por më së shumti me trajtime të çështjeve ushtarake në epokën e informacionit.

Problemet doktrimore që vijnë nga teknologjia

Nëse shohim se çfarë po ndryshon në luftëbërje, nuk mund të mos vlerësojmë edhe efektin që ka pasur zhvillimi teknologjik në çështjet doktrimore. Kjo lidhje midis tyre edhe pse është kuptuar kohë më parë, më së shumti është vënë në dukje gjatë dhe pas luftës së ftohtë. Një nga arsyet kryesore, që lidhja midis zhvillimit teknologjik dhe doktrinës erdhi sërish në vëmendje ishte zhvillimi i vrullshëm i sistemeve kompjuterike sidomos në Forcat Ajrore Amerikane në vitet 1980-1990-të, përdorimi i municioneve inteligjente, dhe fillimi i përdorimit të hapësirës si element gjeografik i operacioneve luftarake. Në fakt duhet theksuar se problemi i përfshirjes së hapësirës orbitale shënon edhe fillimin e një koncepti të ri gjeopolitik që shpesh herë gjendet me termin “astropolitikë”. (Dolman 1999; 92). Edhe ky koncept erdhi si pasojë e mundësisë që sollën zhvillimet teknologjike në dekadat e fundit të shekullit që kaloi. Sidoqoftë ajo që bie në sy është një farë mospërputhje midis asaj që quhet “technical feasibility” dhe “operational utility”, ose me fjalë të tjera një kapacitet teknik modern i planifikuar teorikisht të arrijë rezultatet e dëshiruara, nuk do të mund të plotësonte të gjitha kërkesat gjatë përdorimit në fushëbetejë. Praktikisht edhe pse teknologjia ka vazhduar të përparojë me hapa të shpejta, nuk është se raporti i mësipërm ka ndryshuar shumë në teatrin e luftës. Shembujt nga luftërat e fundit në Irak dhe Afganistan e provuan se kjo mospërputhje vazhdon të jetë problem dhe se tashmë pranohet si një pjesë e “mospërputhjeve të lejuara”. Pikërisht termi “mospërputhje të lejuara” është fjala kyçe që ndikon në pikëvështrimin doktrinor të luftës. Pranimi i kësaj mospërputhje e bën të domosdoshme mbulimin e saj me masa të tjera plotësuese luftarake dhe joluftarake, të cilat po zënë gjithnjë e më tepër vend në doktrinat ushtarake bashkëkohore. Spektri i operacioneve po shtrihet gjithnjë e më shumë dhe po bëhet më i larmishëm. Terma të tillë të fortë si “warfighting” po i lëshojnë gjithnjë e më tepër vend në operacionet bashkëkohore termit më butë “policing” (USA FM 3-24 2006) sidomos në operacionet kundër kryengritjeve. Një shembull shumë i qartë i ndikimit të teknologjisë në doktrinë është ai i fillimit të përdorimit të raketave përtej rrezes së shikimit vizual, të cilat ndikuan në një sërë përshtatjesh të manualeve doktrimore, operacionale dhe rregullave taktike në fushëbetejë. Në këtë periudhë shumë norma taktike luftimi si dhe teori doktrimore mbi përdorimin e armatimit balistik ndryshuan në vartësi të aftësive e kapaciteteve të armëve të reja. (Porch 1990; 33).

Një vend të rëndësishëm po zënë problemet doktrimore të përdorimit të zbulimit në fushëbetejë. Pas 11 shtatorit, zbulimi me njerëz (HUMINT) ka marrë një

ridimensionim në krahasim me zbulimin me teknikë (SIGINT) i cili u duk sikur po zëvendësonte të parin me shumë sukses. Probleme të përmirësimeve doktrinale kanë ardhur edhe si pasojë e përdorimit më të gjerë të teknologjisë së informacionit në operacionet e luftës informative e sidomos në kuadër të operacioneve psikologjike, gjë që po sjell qasje të reja edhe ndaj bashkëpunimit civilo - ushtarak në operacionet ushtarake të paqeruajtës (Mockaitis 2003; 35) e ndoshta edhe më të theksuara në operacionet kundër terrorizmit dhe operacionet kundër kryengritjeve. Pra bazuar në shumë fakte historike të zhvillimit të teknologjisë, një gjë është gjithnjë e më e qartë, teknologjia është e rëndësishme, por po ashtu është edhe doktrina. Në fakt edhe më e rëndësishme është domosdoshmëria e harmonizimit të teknologjisë me doktrinën ose me mirë e zhvillimit doktrinor, përmirësimit organizativ dhe përshtatjes me teknologjinë bashkëkohore, duke pranuar se teknologjia e doktrina, janë bashkudhëtare që reflektojnë shumë te njëra - tjetra.

Teknologjia dhe Lufta

Problemi i lidhjes së teknologjisë me luftën është më shumë i njohur në aspektin e trajtimit historik. Trajtimi vetëm në këtë aspekt nuk na ofron aq shumë, sa për të kuptuar plotësisht se cila është lidhja reale midis tyre. Nëse shtrojmë pyetjen se kush është shkak për zhvillimet teknologjike, kush ka pasur meritën në këto zhvillime, inxhinierët ose ushtarakët, do vërejmë se teknologjia ushtarake ka përparuar e po përparon për të plotësuar disa nevoja të veçanta ushtarake (Cohen 2007; 142). Duke u nxitur nga teoria se "forma ndjek dështimin" ose "forma ndjek funksionin" (Cohen 2007; 152) mund të jepen thjesht shpjegime inxhinierie; kështu, ka rrezik të biem në një rreng që të shmang nga qëllimi për të analizuar drejt sesi teknologjia ka ndikuar në luftë. Historikisht mund të thuhet se ata që kanë përdorur teknologji superiore, kanë fituar luftën, por edhe kjo nuk ka qenë gjithmonë e vërtetë. Krahas kësaj ne duhet të shikojmë edhe ndikimin e tërthortë të teknologjisë në luftë. Kjo më shumë sepse tradicionalisht, superioriteti teknologjik është barazuar me superioritetin në teknologjinë e armatimit e të pajisjeve ushtarake, gjë që nuk plotëson gjithë përfytyrimin e sotëm për luftën. Një analizë më e plotë do të ishte nëse do të përfshinin ndikimin e teknologjisë në gjithë përbërësit e fuqisë kombëtare, siç janë fuqia ushtarake, fuqia ekonomike, fuqia diplomatike dhe fuqia informative ose të gjithë koalicionit që bën luftën. Nëse krahasimi i bërë në armatim e pajisje shkon më përshtat me fuqinë ushtarake, dhe superioriteti teknologjik në ekonomi favorizon fuqinë ekonomike, përsëri nuk mund të mohohet se superioriteti ekonomik rrit në mënyrë të tërthortë edhe superioritetin ushtarak. Një diplomaci aktive e "sofistikuar", është përsëri një mjet shumë efikas për të siguruar avantazhe të tjera teknologjike me anë të aleancave që ajo krijon ose zhvillon në mjedisin ndërkombëtar. Në fakt ajo në të cilën progresi teknologjik ndikon drejtpërdrejt e më së shumti është fuqia informative.

Ndikimin e progresit teknologjik mbi informacionin dhe kapacitetin e informimit duhet ta analizojmë në dy drejtime: Së pari, në ndikimin ose në aspektin e zbulimit ushtarak (military information), digjitalizimit të teknologjisë së armëve

dhe municioneve; dhe së dyti, në aspektin e ndikimit të teknologjisë së informacionit në; lidhshirin politiko - ushtarak, në palët ndërluftuese, si dhe në opinionet masive publike që po bëhen gjithnjë e më të rëndësishme. Nëse për të parën biem dakord se ai që ka avantazhe në informacion armë e pajisje, ka më shumë shanse ta fitojë luftën, për të dytën nuk mund të themi të njëjtën gjë. Është fakt se tashmë lufta ndodh nën vëzhgimin gjithnjë e më masiv të videokamerave dhe lidhjeve satelitore. Në ndërhyrjen e fillimit të viteve 90-të në Somali, forcat komando të marinës amerikane (SEAL) zbarkuan (në 8 dhjetor 1992) në breg në pararojë të një force më të madhe në numër, duke u gjetur befasisht përballë një grupi gazetarësh, me blice ndezur që po i prisnin. Pra në këtë rast pala superiore nuk mundi të përdorte befasinë e cila ka shumë rëndësi në operacione. Një faktor tjetër negativ i prezencës së kamerave është edhe kufizimi që ato i bëjnë veprimeve brutale të cilat janë të "dëshirueshme" për ta mposhtur sa më shpejt kundërshtarin. E në këto raste nuk mund të themi se teknologjia shërben si avantazh. Drejtimi i luftës në kohët moderne, po bëhet gjithnjë e më tepër si drejtimi i një shfaqje në sytë e publikut dhe kjo sjell përsëri kufizime ndoshta të padëshirueshme për lidhshirin që në njëfarë mënyre i ka duart e lidhura për të vepruar ashtu siç do të dëshironte, lirshëm. Një gabim në sjellje, një veprim barbar kundër objektivave civile në prani të gazetarëve, mund të sjellë pasoja strategjike për luftën duke treguar para opinionit publik ushtarët që sjellin pagën jo si "çlirimtarë" por si "vrasës" e për pasojë duke e kthyer opinionin publik në një disfavor strategjik. Kjo sjellje e gjykuar me pasoja taktike vite më parë, tani ka marrë një rëndësi strategjike duke u bërë shpesh pjesë e trajtimit specifik nga institucionet e larta legjislativë, siç ishte rasti i trajtimit të robërve të luftës në Irak nga Kongresi Amerikan. (Elsea 2004; 18).

Tendenca e sotme e luftës po lëviz drejt kibernetikës (Arquilla & Ronfeldt 1993: 141-165), dhe nuk është shumë e qartë se a kanë rëndësi primare sulmet me armë ose sulmet me mjete kompjuterike. Një ndryshim tjetër delikat, por shumë i rëndësishëm qëndron tek progresi në prodhimin e asaj që quhet nanoteknologji (Hoey 2008; 17) e cila ka për bazë robotikën dhe inteligjencën artificiale. Në të dyja rastet teknologjia pranohet si avantazh, por dhe si dobësi që vjen nga ndjeshmëria e pashmangshme e saj nga ndërhyrjet që bëhen mbi të. Pra e thënë ndryshe, teknologjia nuk është vetëm një avantazh për ata që e zotërojnë, por edhe një disavantazh i madh gjithashtu.

Jo vetëm vendet perëndimore por edhe kundërshtarët e tyre tashmë i vlerësojnë të rëndësishme tendencat e reja të ndikimit teknologjik në luftë. Kinezët po ekzaminojnë mënyrat që perëndimi e veçanërisht SHBA-ja po zhvillon në luftëbërje në dekadat e fundit. Ata po i njohin dhe po i pranojnë modelet e reja. Bazuar në autorin e mirënjohur kinez, *Qiao Liang*, mund të kuptohet se përgjigjja e tyre tashmë është një qasje shumë dimensionale dhe qëllimisht nuk kufizohet vetëm me dimensionin ushtarak. (Liang & Xiangsui 1999; 156). Strategjistët kinezë janë avokatë të mënyrave joushtarake; si për shembull, elementë të Luftës Informative, përdorimi i hacker-ave, përdorimi i masmedias dhe i terrorizmit ndaj informacionit financiar. Ato nuk pranojnë akoma shumë rregulla dhe konventat e ligjeve të luftës, ndërkohë që perëndimi i ka si bazë politike, morale dhe ushtarake dhe i zbaton ato

në procesin e luftëbërjes (Liang & Xiangsui 1999; 156). Problemi kyç i tyre është vënia në një linjë dhe integrimi i elementeve psikologjike, diplomatike, burimeve dhe teknikave të ndryshme të luftëbërjes. Armët dhe metodat e luftimit në fakt nuk janë domosdoshmërisht të lidhura gjithmonë me sistemet ushtarake dhe organizatat ushtarake.

Lufta e viteve të fundit në Irak u bazua shumë në avantazhet teknologjike të ushtrisë amerikane, por sipas disa autorëve që flasin për ndikimin e teknologjisë në luftë megjithëse u arrit pushtimi fizik i tokës irakene dhe shkatërrimi i infrastrukturës ushtarake të Sadamit, nuk u bë e mundur mposhtja përfundimtare e armikut. (Bidlle 2007; 282) dhe (Williams 2007, 203). Të njëjtat argumente vijnë dhe nga eksperiencia e forcave të NATO-s në Afganistan, ku me gjithë rëndësinë që kanë avantazhet teknologjike në armatim e komandim kontrollin e forcës ushtarake, ato nuk mundën të zëvendësojnë rolin e mbështetjes së opinionit publik lokal e ndërkombëtar në arritjen e fitoreve të deritashme. Edhe në këtë rast akoma nuk mund të shprehem për një fitore përfundimtare të luftës.

Konkluzione dhe reflektime mbi “Luftërat e reja”

Fushëbeteja në shekullin e 21-të nuk do të dominohet nga trupat ushtarake masive dhe blindat, por nga municionet inteligjente me distancë të gjatë lëshimi e veprimi, nga platformat ushtarake pa pilot, teknologjia “stilth”, nga sensorët e bazuar në mjete ajrore dhe në hapësirë që të mund të eliminojnë “mjegullën” dhe “fërkimet” (Latham 2002; 239). Teknologjia e sotme synon që të sigurojë dominim në gatishmërinë dhe reagimin përgjatë hapësirës së betejës, menaxhim të përparuar në luftim, sisteme komunikimi që bëjnë të mundur integrimin e shpërndarjen e informacionit e të proceseve të informimit, në atë mënyrë që komandantët të drejtojnë forca dominante në kohën e duhur, e në vendin e duhur.

Në vend të procesit tradicional të brejtjes së ngadaltë të forcave në betejat e njëpasnjëshme në frontin e luftimit, tashmë do të përdoren “operacionet jolineare” duke përfshirë sulmet në një kohe shumë të shpejtë e të përsëritura kundër objektivave të rëndësishme taktike, operacionale e strategjike. Këto veprime do të bëhen përgjatë gjithë thellësisë, gjerësisë e gjatësisë sikurse dhe të dimensioneve të tjera të zhvillimit të luftës, përfshirë dimensionin hapësinor, informativ, duke përdorur mjetet e teknologjisë më të sofistikuar në operacionet kibernetike dhe elektronike. Luftëbërja nuk është më në funksion të atij që investon më shumë kapitale, fuqi punëtore e teknologji në fushëbetejë, por të atij që zotëron informacionin rreth luftës. (Arquilla & Ronfeldt 1993; 141-165).

Ajo çfarë i dallon fituesit është kapja e informacionit jo vetëm prej pikëvështrimit të zakonshëm të njohjes së gjetjes së koordinatave të kundërshtarit dhe të moslejimit të tij që të bëjë të njëjtnë gjë ndaj nesh, duke e lënë në “errësirë”, por gjithashtu njohje e informacion edhe në aspektin doktrinor e organizativ. Informacioni tashmë është bërë burim strategjik që provon se vlera dhe influenca e tij në periudhën post-industriale janë më të rëndësishme sesa ka qenë kapitali e fuqia punëtore në epokën industriale.

Sa më shumë që teknologjia po përparon aq më shumë ka diskutime mbi ndikimin e saj gjithnjë e më të madh në luftë e në luftëbërje. Në të gjitha këto diskutime ngrihen argumente të larmishme ndërsa interpretimet po bëhen shpesh herë edhe komercializuese. Ky komercializim po luan një rol jo pak të rëndësishëm në zhvillimin teknologjik ushtarak si dhe te disa elemente të luftëbërjes duke u përpjekur që të mbështesë idenë se me një teknologji të re, jo vetëm mjetet, por tashmë edhe mënyrat e luftëbërjes kanë ndryshuar. Në këtë aspekt askush nuk mund të mohojë këtë lidhje dhe të mos e pranojë këtë ndikim reciprok, por në fakt ky nuk është thelbi i problemit. Nga ana tjetër kemi një sërë autorësh që kanë mendime të kundërta e që përpiqen të lënë në hije rolin e teknologjisë. Nga analizat e bëra prej tyre gjatë luftës së viteve të fundit në Irak e në Afganistan ata sjellin edhe shumë shembuj sesi një teknologji shumë e sofistikuar dhe shumë e shtrenjtë, nuk ka arritur të sjellë ndryshimet e pritshme dhe aq më keq nuk ka krijuar epërsi as ndaj një kundërshtari inferior në teknologji e armatim. (Bidlle 2008; 285-288). Nga këto analiza, del shpesh herë që roli i sulmeve të armëve e municioneve të precizonit në reduktimin e humbjeve të Koalicionit i dhanë një nxitje të mëtejshme argumentit të transformimit teknologjik ushtarak por, ndërkohë që shpejtësia, precizoni dhe njohja e situatës ishin me siguri të dobishme, ato nuk ishin të mjaftueshme për të arritur fitoren ndaj një kundërshtari inferior në teknologji.

Edhe pse intensive, e shpesh herë të sofistikuar, diskutimet në lidhje me këtë temë nuk kanë sjellë një ndryshim të madh në përcaktimin e saktë të ndikimit të teknologjisë në luftën bashkëkohore. Të paktën në dekadat e fundit nuk ka aq shumë mbështetës të tezës se teknologjia po fiton luftën. Kjo jo për arsye se po nënvlefësohet roli i avantazhit teknologjik në fushën e luftimit, por sepse ky rol gjithnjë e më shumë, ka të bëjë më shumë me fitoren e betejës sesa me fitoren e luftës. Për ato që njohin rëndësinë e qëllimit strategjik është shumë e kuptueshme që mbi gjithçka qëndron qëllimi politik i luftës dhe se të tjerat vazhdojnë të mbeten derivate të ndryshueshme të këtij ekuacioni. E thënë me fjalë të tjera, teknologjia ka një ndikim të rëndësishëm në luftëbërje, por ajo i përket më shumë betejës. E sikurse të gjithë e dimë, të paktën që nga fushatat ushtarake në Vietnam e më pas, të fitosh betejat nuk do të thotë se ke fituar luftën. Teknologjia nuk do të mund të bëhet kurrë një qendër graviteti në nivelet strategjike për të kushtëzuar fitoren e luftës, e aq më shumë kjo bëhet e kuptueshme në kushtet specifike të luftës asimetrike bashkëkohore. Edhe në luftërat e sotme, epërsia teknologjike po ndikon, por nuk po garanton fitoren e luftës ndaj inferiorëve të sotëm teknologjikë, pasi përsëri na vjen në mendje Sun Tzu me thënien e tij...» *for if prepared to die, what can they not achieve?****Kjo gjë, risjell si gjithmonë rrjedhën e diskutimeve tek roli kryesor e i pazëvendësueshëm i njeriut në luftë e në luftëbërje.

*** Nëse janë të vendosur të vdesin, ata mund të arrijnë gjithçka.

Bibliografia

- Arquilla, John and Ronfeldt, David; *"In Athena's Camp, Preparing for Conflict in the Information Age"* RAND, Santa Monica, 1997.
- Arquilla, John and Ronfeldt, David. 1993. "Cyber war is Coming". *Comparative Strategy* 12, 2.
- Biddle, Stephen; *"Iraq Afghanistan and American Military Transformation"* në botimin "Strategy in Contemporary World", Oxford University Press, 2008, faqe 285-288
- Boyd, John R; *"Patterns of Conflict"*, Defense and the National Interest; Produced by Ginger Richards, Atlanta Georgia USA, January 2007.
- Butfoy, Andrew; *"The Rise and Fall of Missile Diplomacy? President Clinton and the Revolution in Military Affairs"*; [Australian Journal of Politics & History, Volume 52, Issue 1](#), Article first published online: 27 Feb 2006
- Clausewitz, Carl von; *"On War"* edited by: Michael Howard & Peter Parret, Princeton University Press, Princeton NJ, 1976
- Cebrowski, Arthur K.; USN, and John J. Garstka, *"Network Centric Warfare: Its Origin and Future,"* Proceedings of the Naval Institute 124:1 (January, 1998),
- Cohen, Eliot A. *"A Revolution in Warfare."* Foreign Affairs, Accessed April 6, 2005. Available from http://d-n-i.net/second_level/4gw_continued.htm.
- Commentary on d-n-i-net website. Kjo përmban shënime për luftën asimetrike dhe është aksesuar në internet në Prill 2005. Available from http://di.net/second_level/4gw_continued.htm.
- Dolman, Everett C.; *"Geostrategy in the Space Age; An Astropolitical Analyses"*, ppfshirë në; Gray, Colin; *Geopolitics, Geography and Strategy* Frank Cass, London 1999.
- Elsea, Jennifer K.; *"U.S. Treatment of Prisoners in Iraq: Selected Legal Issues"*, CIS Report for Congress, May 2004
- Fallows, James; *"Fallows @ Large: Dialogue with Robert Coram and Donald Vandergriff,"* The Atlantic Online, January 8, 15, and 23, 2003. Accessed April 10, 2005.
- Gray, Colin; *"Geopolitics, Geography and Strategy"* Frank Cass, London 1999,
- Hammes, Thomas X.; *"The Evolution of War: The Fourth Generation,"* Marine Corps Gazette, (September 1994). Accessed April 5, 2005.
- Hoey, Mattew; *"Global Space Warfare Technology"* botuar maj 2008, marre nga [http://www.spacetransparency.org/Space Transparency/Home_files/GSWT152025draftexcerpt.pdf](http://www.spacetransparency.org/Space%20Transparency/Home_files/GSWT152025draftexcerpt.pdf)
- John Baylis, John; Wirtz, James J; Gray Colin S. dhe Cohen, Eliot; *"Strategy in Contemporary World"*, Oxford University Press, New York 2007.
- Krepinevich, Andrew; *"The Military-Technical Revolution: A Preliminary Assessment"*, Published 2002, Accessed March 20, 2005
- Latham, Andrew; *"Warfare Transformed: A Braudelien Perspective on the 'Revolution in Military Affairs'"*, European Journal of International Relations, Vol. 8(2), 2002.
- Lind, William S.; Nightengale, Keith; John F. Schmitt; Sutton, Joseph W. and Wilson, Gary I.; *"The Changing Face of War: Into the Fourth Generation,"* Marine Corps Gazette, (October 1989): 22-26. Accessed March 27, 2005.
- Manuali Fushor, FM 3-24 të US Army, botimi i vitit 2006, Kapitulli 7-5
- Marshall, Andrew W. *"Some Thoughts on Military Revolutions,"* Memorandum for the

- Record, OSD Office of Net Assessment and Revolutions in Military Affairs, statement prepared for the Subcommittee on Acquisition & Technology, Senate Armed Services Committee, May 5, 1995.
- Mockaitis, Thomas R.; “*Civil – Military Cooperation in Peace Operations; Case of Kosova*” Strategic Studies Institute, U.S. Army War College, 2003, “Commentary on d-n-i-net website. Kjo përmban shënime për luftën asimetrike dhe është aksesuar në internet që në prill të vitit 2005.
- Porch, Douglas; “*Why Did France Fall?*,” The Quarterly Journal of Military History, George C. Marshall Library, Virginia Military Institute, Spring 1990.
- Qiao, Liang & Xiangsui, Wang; “*Unrestricted Warfare*”, PLA Literature and Arts Publishing House, Beijing, 1999.
- Rumsfeld, Donald; “*A New Kind of War*”, New York Times op-ed, date, 27.09.2001
- Spinney, Franklin C. “*Genghis John*,” Proceedings of the U. S. Naval Institute, . Accessed March 15, 2005. Available from [http://www.d-n i.net/fcs/comments/c199.htm#Reference](http://www.d-n-i.net/fcs/comments/c199.htm#Reference).
- Sun Tzu; “*The Art of War*”, trans. S.B. Griffith (New York: Oxford University Press, 1981),
- Van Creveld, Martin; “*The Transformation of War*”, The Free Press, New York;, 1991.
- Vest, Jason; “*Fourth-generation warfare*,” The Atlantic Monthly, December 2001. Accessed 25 March 2005.
- Winton, Harold R.; “*Partnership and Tension: The Army and Air Force Between Vietnam and Desert Shield*”, Parameters, Spring 1996.

Teknikat Mjekesore dhe Dilemat e Subjektit ne Neo-Liberalizëm

Rasti i ndërhyrjeve cezariane te gratë shtatzëna

— Klodiana Turhani* —

Abstrakt:

Teknikat janë çdo ditë e më shumë prezent në jetën e qenies njerëzore si në planin shëndetësor, ashtu edhe në planin social, ose politik. Si rast studimi do të trajtojmë « operacionin cezarian » që realizohet gjatë lindjes së një fëmije si teknikë mjekësore që ofrohet në kuadrin e parandalimit të vdekshmërisë amësore dhe foshnjore. Kemi konstatuar se ka një rritje të përdorimit të seksio cezarien gjatë lindjes dhe se shtatzënia në vend që të na paraqitet si një proces natyral fiziologjik po trajtohet si sëmundje. Si një vend post-socialist, teknikat ose arritjet shkencore iu paraqitën shqiptarëve për një periudhë 50 vjeçare si rruga e së vërtetës në projektin e krijimit të « Njeriut të ri socialist. Kurse ligjërimi neo-liberal, i lokalizuar në këtë realitet post-socialist, thekson trupin performues/riprodhues. Ku, riprodhimi nuk shihet vetëm si rezultat i një marrëdhënieje intime, por gjithnjë e më shumë produkt i teknikës. Në disa raste, ndërhyrja cezariane paraqitet si kërkesë e grave shtatzëna, sepse duan të mënjanojnë dhimbjen. Lindja me ndërhyrje cezariane sipas dëshirës së gruas flet për shmangie të procesit natyral, thënë ndryshe mishtor dhe pashmangërisht të dhimbshëm. Sipas teorisë Lakaniane jo vetëm dëshirat e pandërgjegjshme të subjektit, por edhe dështimet bëhen sipas formave që rrjedhin, nga ligjëratat organizuese të lidhjeve sociale ku subjekti bën pjesë. Në kontekstin shqiptar, teknika ose teknologjia si sinonim i progresit ka lënë gjurmë në kujtesën sociale si zëvendësuese ose rivale e formave natyrale; gjithashtu vërehet se teknikat funksionojnë jo sipas një morali të tyre të brendshëm, por sipas mënyrës sesi njeriu i përdor ato.

* Klodiana Turhani është psikologe kliniciene, e specializuar në Psiko-Patologji. Po vazhdon studimet doktorale në psikologji klinike pranë Universitetit të Strasburgut. Ekspertiza e saj është në fushën e prindërimit në shoqëritë post-komuniste.

« Teknologjia nuk është domosdoshmërisht sinonim i progresit : teprimi i medikalizimit në kujdesin amëtar nuk mund të çojë në përmirësime të shëndetit amëtar »

(Bimbash e al. 2010: 15)¹

Hyrje

Teknologjia ose llojet e ndryshme të arritjeve teknologjike çdo ditë e më shumë janë të pranishme në jetën e qenies njerëzore si në planin shëndetësor, ashtu edhe në planin social ose ekonomik dhe politik. Ky punim do të fokusohet tek teknikat mjekësore që ofrohen në kuadrin e parandalimit të vdekshmërisë amësore dhe foshnjore. Më konkretisht do të hulumtohet përdorimi i « operacionit cezarian » që në ligjërimin mjekësor përdoret « seksio-cezare », gjatë lindjes së fëmijës te gruaja shtatzënë. Lind pyetja se, në cilin rast sugjerohet të përdoret kjo teknikë mjekësore dhe çfarë shpjegimi japin gratë shtatzëna² apo ekipi mjekësor kur vendoset që realizohet një ndërhyrje e tillë?.

Lindja e fëmijës është një moment i rëndësishëm për jetën e gruas dhe të burrit. Kalimi nga vajzë në nënë ose nga djalë në baba ngre shumë pyetje mbi përfaqësimet si prind. Për kontekstin shqiptar ka shumë pak studime në këtë fushë. Pa shumë vështirësi konstatohet se ka një rritje të përdorimit të teknikave mjekësore lidhur me shtatzëninë dhe se shtatzënia në vend të paraqitet si një proces natyral fiziologjik në disa raste po trajtohet si sëmundje. Sipas OBSH-së vetëm në 15-20 për qind të rasteve mund të paraqiten probleme patologjike të cilat rrezikojnë shëndetin e nënës dhe të fëmijës³. Por vërejmë që në periudhën post-socialiste sa vjen dhe lindja e fëmijës, në disa raste, po trajtohet si sëmundje. Ngrihet pyetja se përdorimi i « operacionit cezarian », për lehtësimin e vuajtjeve të grave shtatzëna, ose parandalimi i vdekshmërisë amësore dhe foshnjore a po plotëson nevojat e gruas shtatzënë ose është kthyer në një « teknikë pushteti », si dhe « teknikë konsumi ». A mund të themi se në Shqipëri si një vend post-komunist po « inkorporohen » ligjëratat neoliberale të shkëputura prej konteksteve ku ato ndërtohen. Për më tepër, dhe a mos po i çon individët të veprojnë si « qenie performuese » Lesourd (2006), « qenie konsumuese » duke medikalizuar aktivitetin e lindjes së fëmijës? Në kuadrin e mbizotërimit të jetës sonë nga teknikat a po e ngremë sa duhet pyetjen si po i përdorim këto teknika mjekësore? Këto janë disa pyetje që do përpiqemi t'i sqarojmë më poshtë.

Pak histori

Aktualisht në shërbimet e kujdesit amësore Shqipëri po vërehet se ka një «medikalizimit» të shtatzënisë dhe të lindjes. Kjo dukuri po vërehet në numrin në rritje të ndërhyrjeve cezariene si dhe në kërkesën e lartë për të realizuar ekografi gjatë shtatzënisë. Në raportin shëndetësor dhe demografik, që u realizua mbi Shqipërinë

¹ Bimbashi Astrit, Ervin Kallfa, Anila Dokle (2010), Medikalizimi i aktiviteteve të lindjes dhe dëmet e tij. Pse shoqëria i është shmangur lindjeve natyrale dhe pasojat e saj. Buletini i Shkencave Mjekësore Vëllimi 41. Nr.2/Organi i Universitetit të Tiranës.

² Ky studim bazohet në intervistat që janë realizuar me 20 gra shtatzëna në kuadrin e një studimi cilësor në kohë të gjatë që po realizohet mbi: Ndërtimin e prindërimit në Shqipërinë post-komuniste. Në këtë punim do të paraqiten një pjesë e të dhënave.

³ OBSH- Organizata Botërore e Shëndetësisë.

gjatë vitit 2008-09⁴ u konstatua një rritje në përqindjet e lindjeve cezariane nga 13 % në 19 %. Sipas kritereve të OBSH-së, qëllimi i kryerjes së lindjes cezariane është pakësimi i vdekshmërisë dhe i sëmundshmërisë amtare. Lindjet cezariane duhet të përbëjnë jo më pak se 5 për qind dhe jo më shumë se 15 për qind të totalit të lindjeve në një vend. Ndërkohë *statistikat e Ministrisë së Shëndetësisë në këtë studim tregojnë se 26.5 % e lindjeve në nivel vendi janë kryer me "seksio cezarea"*. Të dhënat tregonin se në Maternitetin e Tiranës nr. 1 ka një përqindje të lindjes me anë të "Sektion Cezarien" prej 33.4% dhe në Maternitetin nr. 2 kemi një shifër prej 29.2%. Sipas Orion Glozhenit (2008) kemi një rritje të ndërhyrjeve cezariane⁵ pa arsye mjekësore të cilat propozohen nga ekipi mjekësor ose nga kërkesa e gruas shtatzënë. Kurse sipas Astrit Bimbashi-t et. al. (2010):

Në shekullin e kaluar, shtetet e zhvilluara kanë arritur përparime të rëndësishme në shëndetin e popullatës dhe kujdesin e lindjes dhe kanë mundur që në mënyrë drastike të ulin riskun amëtar dhe perinatal. Në anën tjetër, shtatzënia dhe lindja po trajtohen gjithnjë e më shumë si sëmundje. Ne përballemi çdo ditë me një përdorim më të shpeshtë të teknologjisë, medikamenteve dhe procedurave kirurgjikale madje dhe me shtatzënitë dhe lindjen me risk të ulët. Ky kujdes amësor i medikalizuar dhe me teknologji të lartë shpesh çon në ndërhyrje obstetrikale të shtrenjta dhe të rrezikshme që nuk janë të nevojshme" (Bimbashi et al, 2010: 15) ⁶.

Në qoftë se në Shqipëri ky debat ka filluar të parashtrohet këto dy vitet e fundit në shtete të tjera perëndimore ka kohë që është ngritur si problematikë. Sipas Doltos (1990) është fëmija që e bën gruan nënë dhe burrin baba. Lindja është diçka normale dhe jo një sëmundje. Ajo thotë se në vitin 1977 në New York u organizua konferenca e pediatreave të cilët u shprehën për kthimin e lindjeve në shtëpi dhe kundër lindjeve të provokuara. Në qoftë se në Shtetet e Bashkuara të Amerikës flitej për rikthimin e lindjeve në shtëpi, në kontekstin shqiptar në plenumin e 11 të KQ të PPSH-së, në revistën *Shqiptarja e Re*, nr.1 1977, shkruhet se « Shëndeti i nënës dhe i fëmijës është një problem i madh politik që lidhet me të ardhmen e popullit tonë » dhe se tregohet sesi janë institucionalizuar shërbimet për nënën dhe fëmijën dhe paraqitet këto statistika : Në vitin 1938, lindja në institucione spitalore ka qenë 0.4 %, në vitet 1960, 38.9 % dhe në vitin 1975, 79 %. Po të analizojmë shkurtimisht situatën në gjysmën e dytë të shekullit XX-të do të vërejmë se kemi krijimin e institucioneve spitalore në plan të gjerë i cili ofronte shërbime për nënën dhe fëmijën. Gjatë periudhës komuniste, Dr. Bektoshi (1981:28) vë në pah se «nuk kishte fshat, qytet i cili nuk kishte një qendër mjekësore ose një shërbim për gratë shtatzëna ». Ai shkruan gjithashtu se në shoqërinë shqiptare socialiste, « edukimi i fëmijës nuk ishte vetëm « një çështje vetëm e gruas », por e të gjithë anëtarëve të familjes. Edukimi i nënave në shkollë për nënën kishte si objektiv rritjen e edukimit të prindërve si synim të rritjes së një gjenerate të re, të shëndetshme dhe të aftë për të mbajtur lart

⁴ INSTAT (2010) Albanian Demographic and Health Survey 2008-09. INSTAT, IPH. UNICEF.

⁵ Glozheni Orion. (2008) Cesarean delivery - Where are we going? Buletini i Shkencave Mjekësore - Supplement Vëllimi 39, Nr. 3, Maj.

⁶ Ibid f. 15.

fitoret e socializmit në Shqipëri.» .

Mbas vitit 1990, studimi i bërë mbi shëndetin riprodhues te shqiptarët (2002⁷) na tregon se 85% të lindjeve në vend ndodhin në spitalet e rretheve, ose në maternitetin e Tiranës. Lindjet që ndodhin jashtë institucioneve mjekësore, ose në shtëpi janë të rralla, por ende zënë 6% te lindjeve në vend ⁸. Sipas këtij studimi fenomeni i lindjeve në klinika ose spitale private është akoma shumë i rrallë në Shqipëri. Por kemi 2.5% të lindjeve që kryen në klinika jashtë vendit.

Edhe pse regjistrimi demografik i popullsisë dëshmon një rritje të popullsisë (në 2001 ishte 3.063 milionë)⁹ dhe se Shqipëria cilësohet si një nga vendet me popullsi më të re në Europë, prapëseprapë, vihet re se kemi një zvogëlim të lindjeve ndër vite. Nga 6% në vitin 1950 në 3% në vitin 1990 dhe në 2.1% në vitin 2001¹⁰. Studimi i INSTAT (2002) me një kampion të kufizuar gjatë viteve 1997-2002 nxori se vdekshmëria te foshnjat është një nga më të lartat në Europën Juglindore, konkretisht 26.2% në 1000 lindje për periudhën 1997-2002¹¹. Kurse raportet nga Ministria e Shëndetësisë, ¹² të cituara në një studim të INSTAT, mbi gjendjen e gruas dhe fëmijës në Shqipëri (INSTAT 2006) pohojnë se përqindja e vdekshmërisë së foshnjave të sapolindura është e lartë për numër lindje në Shqipëri që do të thotë 23.3 % për 100.000 lindje. Pra, edhe pse kemi një rritje të ndërhyrjeve cezariene, kjo nuk ka ndaluar që përqindja e vdekshmërisë amtare të mos bjerë.

Sikurse e kemi përmendur tashmë, gjatë sistemit komunist propaganda e asaj kohe i jepte shumë rëndësi teknologjisë dhe teknikave mjekësore. Për shembull po të shikojmë me kujdes fotografitë e asaj kohe, në numra të ndryshëm të revistës *Shqiptarja e Re* vërejmë aparatura të mëdha dhe mjekë anash tyre. Ndoshta kjo shpjegon pse edhe në ditët tona ju jepet rëndësi aparaturave dhe sistemit të sterilizimit në parandalimin e infeksioneve, të cilat në rastin e një operacioni cezarian sipas Bimbashit (2010) janë një ndër rreziqet pse nuk duhet të bëhen ndërhyrjet cezariene. Ndërsa në ditët e sotme, ta zëmë, në një shkrim të bërë në *Gazetën Mapo* me titull: “Materniteti i vjetër, 2400 ndërhyrje kirurgjikale në vit” vihet re një foto me aparatura dhe drejtuesit e lartë të institucionit dhe MSH-it që flasin për suksesin në realizimin e ndërhyrjeve kirurgjikale në Spitalin Universitar Obstetrik-

⁷ INSTAT (2002) The 2002 Albanian Demographic and health survey INSTAT, ISP. Studimi i realizuar mbi 5.697 femra dhe 1.740 meshkuj.

⁸ Raport i planifikimi familjar UNFPA- (United Nation Population Fund), marrë nga specialistja e shëndetit riprodhues në nëntor të vitit 2009. Jo i botuar. Lindjet e ndodhura në shtëpi mund të shpjegohen me: uljen e aksesit dhe cilësisë për shërbimet shëndetësore, mungesën e personelit të specializuar, sidomos mamitë në fshatra, zonat verilindore të vendit, me dëshirën e vetë nënës për të lindur në shtëpi kur lindja është fiziologjike, lëvizjen e pakontrolluar të popullatës e cila shpesh ndryshon adresat e për rrjedhojë nuk ndiqet dot nga mamia e patronazhit të zonës, kushtet jo të mira të shtëpive të lindjes që shpesh kanë mungesa në ujë, ngrohje dhe në energji elektrike.

⁹ World Bank Report (2003) *Albania Poverty Assessment* (“Vlerësimi i varfërisë në Shqipëri”) nr. 26213-AL. chapter VIII, pp 121-134.

¹⁰ Falkingham J., A., Gjonca, (2001) *La transition de le reproduction dans l’Albanie communiste*. Population Studies, Vol 55, No3, p.309-318.

¹¹ INSTAT (2002) The 2002 Albanian Demographic and health survey INSTAT, IPH. Un étude réalisée avec 5.697 female et 1.740 male.

¹² Rapport, (2006) The state of Albanian’s children, Women and children in Albania: Double Dividend of Gender Equality. Social Research Centre INSTAT.

Gjenekologjik “Mbretëresha Geraldinë”. Nga të dhënat e marra në arkivin e këtij spitali rezulton se për vitet 2008-2010, duke analizuar lindjet në total për vite dhe ndërhyrjet cezariene na del se kemi një ndërhyrje “Seksio Cezarian” përafërsisht për 3 lindje. Që do të thotë se gjatë vitit 2010 në spital janë realizuar 6700 lindje ku, 2300 janë realizuar me “Seksion-Cezarea”, më poshtë do të gjeni të dhënat për vitin 2009, 2008¹³. Për spitalin Obstetrik-Gjenekologjiko « Koço Gliozheni » duke analizuar lindjet në total për vite dhe ndërhyrjet cezariene na del se kemi një ndërhyrje “Seksio Cezarian” përafërsisht për 4 lindje, më poshtë do të gjeni të dhënat për vitin 2009, 2008¹⁴.

Pra po të analizojmë atë që pohuam pak më lart, do të thotë se nga 2400 ndërhyrje kirurgjikale, e dhënë marrë në Gazetën Mapo, në krahasim me të dhënat e arkivit në Spitalin Universitar “Obstetrik-Gjenekologjiko Mbretëresha Geraldinë” kemi 2300 ndërhyrje me “Seksion-Cezarea” për 6700 lindje në vitin 2010. Thënë ndryshe i bie që të kemi rreth 34 % lindje me ndërhyrje cezariene. Të dhënat që bien ndesh me kriteret etike të profesionit të mjekut.

Ngrihet pyetja, po gratë si flasin për lindjen e tyre kur i referohen lindjes natyrale përkundrejt asaj cezariene? Ligjërata e grave kur flasin për dhimbjet e lindjes në pjesën më të madhe e parashtrojnë si një moment të vështirë por, perceptimet janë të ndryshme. Me lindje natyrale në këtë punim është kuptuar ajo lindje e cila i mundëson fëmijës të vendosë të vijnë në jetë dhe gjatë lindjes ka sa më pak ndërhyrje mjekësore. Sipas përjetimit, gruaja lind me shumë dhimbje. Nga ana tjetër me lindje të programuar kuptojmë, siç thotë dhe një nga të intervistuarat « *burri im kishte ditëlindje, atëherë vendosa t’i bëjë atë ditë dhuratë lindjen e vajzës sonë* », e programuar para kohe, e asistuar me qetësues, anestezi totale, anestezi lokale ku fëmija « *del llokum dhe e ke në dorë* », thotë një tjetër e intervistuar që e kishte lindur fëmijën me “Seksion-Cezarea”. Ajo na tregon se gjatë shtatzënisë së saj ajo ka realizuar “ *një ekografi në çdo dy javë deri në muajin e shtatë dhe kur kishte pasur probleme çdo javë*”. Në manualët për gratë shtatzëna rekomandohen 3-4 eko gjatë shtatzënisë në rastet procesi shkon mirë.

Në disa raste kemi gra shtatzëna të cilat e dinë sesi do të jetë lindja e fëmijës duke programuar ta lindin me ndërhyrje cezariene sepse ato parashtrojnë këto tematika si: « *ndiejnë frikë* », « *kanë frikë nga dhimbjet* », « *mosha e madhe* », « *lindja e mëparshme ishte me cezarian*” ndihen të detyruara ta lindin me cezarian. Por, punimet shkencore nga fusha e mjekësisë na tregojnë se “në rastet ku gratë shtatzëna kanë kryer më parë ndërhyrje cezariene nuk tentohet për lindje natyrale nga mjekët.

“Seksion-Cezarea” rekomandohet sepse shihet si teknikë e shpejtë dhe e lehtë pa

¹³ Materiale të marra nga arkivi i statistikave të Spitalin Universitar Obstetrik- Gjinekologjik “Mbretëresha Geraldinë”, Tiranë . 2010- raporti tregon përafërsisht 1SC/ 3 lindje. Lindje 6700/ 2300 Seksion-Cezarea, Aborte : 900-IVG. 2009- raporti tregon përafërsisht 1SC/3-lindje : Lindje 6200/ 2200 Seksion-Cezarea, Abort : 110-IVG. 2008- raporti tregon përafërsisht 1SC/-3 lindje. 5700 lindje/ 2000 Seksio-Cezarea.

¹⁴ Për Spitalin Obstetrik- Gjinekologjik « Koço Gliozheni » në Tiranë, raportet statistikore të marra nga arkivi i statistikave tregojnë për periudhën 2008-2010 është përafërsisht 1SC/4 lindje. 2010: 4222 lindje/ 1248 Seksion-Cezarea. Raporti është 1SC/4-lindje. 2009: 4090 lindje /1077 Seksion-Cezarea. Raporti është 1SC/4-Lindje. 2008: 4138 lindje/ 1094 Seksio-Cezarea. Raporti 1SC/4 lindje.

implikime sociale ose ligjore.”¹⁵ Pra të kesh lindur me parë me ndërhyrje cezariene nuk do të thotë se lindjen e dytë nuk mund ta lindësh natyral, por ekipet mjekësore sërish sipas Cabero Roura, nuk tentojnë që në fillim t’i japin mundësinë gruas shtatzënë të ketë lindje natyrale. Nga ana tjetër gra që jetojnë në zonë urbane na flasin për lindjen si një moment i cili duhet të jetë i sigurt. Ato të dinë se cili është mjeku ose mamia që i ndjek në procesin e shtatzënisë. Një grup tjetër flasin dhe insistojnë për një lindje natyrale. Por në anën tjetër kemi një grua nga zonat rurale e cila lindjen në shtëpi pa asistencë mjekësore e përshkruan si një moment me gratë dhe se nuk duhet të bëhet zhurmë se « *është marre* ». Një tjetër e intervistuar që ka pasur një lindje natyrale pohon « *sesa më shumë dhimbje ke gjatë shtatzënisë aq më shumë e do fëmijën që ke lindur* ». Rasti i fundit duket se është në kundërshtim me rastin e gruas e cila ka vendosur të lind pa dhimbje. Ngrihet pyetja po në qoftë se dhimbja do të ishte shkalla matëse e dashurisë që ka nëna ndaj fëmijës atëherë si do të paraqitej në rastin e nënave të cilat lindin pa dhimbje, si organizohen lidhshmëria nënë-fëmijë, fëmijë të tjerë. Teoritë mbi atashimin e analizojnë këtë pikë, por ne nuk do të ndalemi në këtë punim. Ndërkaq, në mjediset spitalore vetë këto gra shtatzëna u pohojnë mjekëve se “*dikur nënën e tyre lindin në shtëpi dhe nuk kishin probleme pse ne kemi probleme*”, pohon një gjinekologe në Spitalin Obstetrik- Gjinekologjik “Mbretëresha Geraldinë”. Pra, ligjërata për sa i përket lindjes dhe llojeve të lindjes, siç e shohim më lart, na paraqitet plurale.

Diskutim dhe kritike

Problemi i “mbimedikalizimit” i ka rrënjët në besimin e superioritetit të kujdesit spitalor dhe përdorimit të teknologjisë “moderne” gjatë shtatzënisë dhe lindjes që janë ndërhyrje të tilla si *seksio cezarea* rutine, ose “oksitociket” për të shtuar aktivitetin e lindjes, monitorimi elektronik i lindjes dhe anestezia epidurale etj. Tendencia e mbipërdorimit të teknologjisë është për një sërë arsyes. Si trajnimi jo i mjaftueshëm bazë gjatë punës i punonjësve shëndetësor, sistem i dobët i monitorimit dhe supervizionit, mungesa e standardeve, mungesa e informacionit rreth rreziqeve dhe përfitimeve të disa procedurave. Të gjitha këto ndikojnë në një situatë ku gratë pranojnë, ose dhe kërkojnë ndërhyrje mjekësore/kirurgjikale që në të shumtën e rasteve nuk janë të nevojshme. Besimi tek efikasiteti në këto ndërhyrje teknike predominon në shumë vende të zhvilluara dhe rishtazi është përcaktuar si “standardi i artë” në vendet në zhvillim. Synimi nuk është të pohojmë se përdorimi i ndërhyrjeve cezariene duhet ndaluar ose kufizuar as se gratë e ekzagjerojnë duke pohuar ose mohuar dhimbjet e forta që ato kalojnë por, të parashtrojmë sesi momenti i lindjes, një moment kyç për jetën e një gruaje dhe një burri, për disa kthehet në një moment i cili mbart momente gëzimi, hareje sepse një fëmijë do të vijë në jetë, dhe në anën tjetër shqetësime, pyetje, ankth, probleme shëndetësore, trauma.

Pyetjet që ngrenë prindërit e ardhshëm në ato momente janë si do të shkojë kjo shtatzëni, a do të lind fëmija shëndoshë, si do të shkojë momenti i lindjes, mjekët,

¹⁵ Cabero Roura L. Zëvendëspresident i Federatës Ndërkombëtare të Gjinekologëve dhe Obstetrikës. Cabero Roura L. (2010) Operacioni cezarian. Sa shumë? Buletini i Shkencave Mjekësore, Vëllimi 41, Nr.2/Organi i Universitetit të Tiranës.

infirmierët a do të kujdesen për mua, bakshishin kujt duhet t'ia jap, a do të lind fëmija shëndoshë e mirë, a do të jetë djalë, a do të jetë vajzë?

Të dhënat e mësipërme tregojnë se edhe pse gjatë sistemit komunist kishte shërbime mjekësore të asistuara, vdekshmëria e nënës dhe foshnjës ishin të larta dhe vijnë të jenë të larta në krahasim me vende të tjera përreth. Bimbashi (2010) shkruan se “tani vdekshmëria amtare është shumë e rrallë por, risku për vdekje gjatë lindjes është më i madh gjatë operacionit cezarian se gjatë lindjes normale...”. Ndërhyrja cezariene sipas praktikave perëndimore ofrohet vetëm në raste ku shëndeti i nënës dhe i fëmijës është në rrezik. Por, ka shumë raste që kryerja e operacionet cezarian paraqitet si kërkesë e grave shtatzëna sepse duan të mënjanojnë dhimbjen. Në fakt, teknikat e ndërhyrjes mundësojnë që ai moment të kalojë pa dhimbje. Duke iu referuar punimeve të mjekëve kuptojmë se kur flasim për lindjen me provokim ose me operacion ndoshta nuk është frika nga dhimbja që bëhet fjalë. Sepse sikurse Bimbashi thekson (2010) “Operacioni në vetvete mund të jetë plotësisht i padhembshëm, por periudha e rikuperimit rrallë është e tillë. Sigurisht që ka një gamë të gjerë analgjekësh që ndihmojnë nënën në ditët e para, por edhe në këtë mënyrë, lëvizjet, kujdesi ndaj bebes dhe shkuarja në tualet që të gjitha paraqesin një sfidë dhe duhet të kryhen me kujdes dhe ngadalë.” Atëherë, meqë dhimbja nuk është evituar krejtësisht atëherë grihet pyetja cilat mund të jenë arsyet që i shtyjnë këto gra të bëjnë ndërhyrje kirurgjikale në qoftë se nuk është dhimbja shkaku kryesor? Më poshtë do të hulumtojmë disa pikëpamje që mund të na sqarojnë pse kemi një rritje të medikalizimit të shtatzënisë.

Shmangie e problematikave Edipiane, seksualiteti

Ndërhyrja cezariene paraqitet në disa raste si kërkesë e grave shtatzëna sepse duan të mënjanojnë dhimbjet. Në fakt, teknikat e ndërhyrjes mundësojnë që ai moment të kalojë pa dhimbje. Por, rikuperimi është më i dhimbshëm dhe pasojat janë më të larta për shëndetin e nënës dhe fëmijës. Ndërkaq pritet që modeli objektiv, mediko-teknik sjell siguri. Ngrihet pyetja po lindja natyrale, modeli human, amësor, çfarë evokon për këto gra shtatzëna të cilat shmangin udhëtimin e ardhjes së fëmijës në jetë nëpërmjet kanalit të lindjes. Në një perspektivë psikoanalitike trupi shtatzënë zbulon seksualitetin e një çifti. Sipas Gori-t (2006) në një shkrim në lidhje me mbimedikalizimin “mjekësia duke luftuar racionalisht dhe shkencërisht kundra sëmundjes ka vënë në rezervë sëmundjen dhe më veçanërisht trupin e erogjenizuar i cili përbën ndër faktet psikike përfaqësuesin kryesor (2006:56). Atëherë, lindja me ndërhyrje cezariene sipas dëshirës së gruas a mos na paraqet si një shmangie e procesit natyral, mishtor, të përlyer, seksual, të dhimbshëm, të lindjes së një fëmije. Duke iu referuar artikullit të gjinekologut Bimbashi, ai thekson se operacioni cezarian shmang nevojën që bebjat të bëjnë udhëtimin nëpërmjet kanalit të lindjes dhe se operacioni cezarian si proces është i pastër. Pyetja që ngrihet këtu është a mos këto gra nuk duan të përballen me seksualitetin e tyre dhe se përdorimi i teknikës i ndihmon të devijojnë disa procese natyrore për sa i përket marrëdhënies që kanë me trupin dhe

vetveten. Lacan-i, i cituar prej Lesourd (2006: 165) thotë se subjekti strukturohet nga shënjesit që atij i janë imponuar nga tjetri, dhe i shënjuari përfaqëson subjektin nëpërmjet një shënjesi tjetër. Por Serge Lesourd (2006:165) shton se « regjistri i dytë është ligjëratat në të cilën nënshkruhet ky subjektivitet gjatë kohës së ardhjes në botë të « néotène¹⁶ » të foshnjës. Në qoftë se subjekti i pandërgjegjshëm është efekt i ligjëratës, në qoftë se ai është siç e thotë Lacan qenie-folëse, për të nënvizuar varësin e njeriut ndaj gjuhës dhe të ndërtimin në gjuhë, shprehja e dështimeve të ndërtimeve subjektive do të bëhet në format mirëpritëse të ligjëratës drejtuese të lidhjes sociale ku ai është përfshirë ». Pra ndërhyrja cezariene a mos shpreh një simptomë të subjektivitetit? Në radhë të dytë, marrëdhënia që ato duan të krijojnë me fëmijën duke mos e lidhur me seksualitetin, por me një proces të modifikuar nga teknika, a mos po tregon një proces mohues të këto gra? Një nënë më thoshte se “*e kishte shumë të lehtë për t’ia shpjeguar djalit të saj se nga vijnë fëmijët sepse unë e kisha lindur me operacion dhe i thashë doktori më hapi barkun dhe dole ti*”. A mos ligjëratat tekno-objektive, po devijojnë problematika primare që kanë të bëjnë me origjinën e individit? A mos po flasim për një sindromë “Shën Mari”, por në version post-modern ku, përfytyrimi për nënën është “i virgjër”, “nëna objekt dashurie”, por jo “grua e babait”. Ngrihet pyetja këto devijime që ligjëratat “tekno-mjekësore po na i mundëson si do të ndikojnë në jetën psikike të subjektivitetit në të ardhmen? Më poshtë do të analizojmë.

Teknologjia dhe koncepti niche-ekologjik¹⁷ i Roland Gorit

Siç e pamë më lart, të dhënat e arkivave të dy spitaleve gjinekologjike-obstetrike të qytetit të Tiranës na flasin për shifra të larta të ndërhyrjeve cezariene. Këto të dhëna duhet të merren në mënyrë sa më të thjeshtë nga website-t e strukturave shtetërore, por realiteti në tregon se diçka fshihet, përderisa një gjë e tillë nuk ndodh ende. Por, ndërkohë duhet të themi se në tri konferencat e Shoqatës së Gjinekologëve të fundit të vitit 2008, 2009 dhe të vitit 2010 në rrethet e mjekëve gjinekologë ka filluar të flitet për konsekuencat e ndërhyrjeve cezariene. Bimbashi (2010:16) “Operacioni është mënyrë më shpejtë në krahasim me shumicën e lindjeve natyrale. Sot jetojmë në një kohë kur mënyra më e shpejtë konsiderohet edhe mënyra më e përparuar për të përfunduar diçka.... Sot ka marrë vlerë shprehja “koha është para”. Operacioni cezarian konsiderohet si pa dhimbje, i tipit “më zgjo kur të mbarojë e gjitha”. Sipas Bimbashit (2010), të gjitha etapat e kujdesit prenatal sot ndiqen nga medikalizimi kronologjik, fillimisht me anë të shtesave në dieta e deri te induksioni i lindjes me oksiotocinë dhe operacion cezarian. Po ashtu, shkrimi i Orionit (2008) evokon se kemi një rritje të ndërhyrjeve cezariene pa arsye mjekësore të cilat

¹⁶ Néotène- foshnja është kompletësisht i varur nga tjetri, njeriu dy vjetët e tija të para të jetës është një qenie neotene që varet nga kujdesi i tjetrit, sepse nuk është i aftë të jetë i pavarur.

¹⁷ « Niche-ekologjikë », koncept i Prof. Roland Gorit, specialist në psikologjinë klinike dhe psikopatogji në Universitetin e Aix-Marseille. “Niche écologique” sipas Gorit do të thotë të mos ta mendosh veten jashtë kontekstit ku jeton. Pra, që ne jemi çfarë është koha ku jetojmë, ne nuk mund ta mendojmë veten tonë jashtë kësaj kohe.

propozohen nga ekipi mjekësor ose nga kërkesa e gruas shtatzënë. Kjo ndërhyrje nuk mund të ndodhë vetëm se disa gra kanë frikë ose për arsye mjekësore. Sipas Roland Gori-t, medikalizimi si teknike për të kontrolluar shoqërinë, anashkalon faktin se njeriu varet dhe nga nga faktorët socialë dhe kulturorë. Kjo do të thotë se duke qenë se ne kemi qenë dhe jemi një shoqëri patriarkale dhe se aktualisht në tranzicion, frika e këtyre grave është ambivalente, paso në të njëjtën kohë mjekun në kontekstin shqiptar përflitet për korrupsion, për jo etikë, madje jo human dhe në anën tjetër të këto gra diçka shënjon që të kërkojnë të bëjnë ndërhyrje kirurgjikale. E thënë kjo dhe pse vdekshmëria amtare është shumë e rrallë por, risku për vdekje gjatë lindjes është sërish më i madh gjatë operacionit cezarian sesa gjatë lindjes natyrale. Atëherë ngrihet pyetja në qoftë se nuk është etika e profesionit të mjekut garanci çfarë shënjon të këto gra që i nxit të kryejnë ndërhyrje cezariane në ato raste kur janë vetë ato që e kërkojnë?

Sot, fusha e psikologjisë klinike merret me dëgjimin e problematikës së individit, subjektivitetit, veçantisë, dinamikave psikike, trupin si tërësi të ndërlidhur me mendjen. Në përgjithësi, modeli klasik mjekësor ka qenë, por në Shqipëri vazhdon të ekzistojë, sipas të cilit mjeku kur trajton pacientin fokusohet në trajtimin e *trupit* dhe jo në trajtimin e pacientit në planin bio-psiko-social. Ligjërata e sotme neolibérale në një kontekst post-socialist, është prezente edhe në lëmin e shëndetit mendor ku përpiqet ta trajtojë qenien njerëzore të ndarë veç nga problematikat e tij, duke dëgjuar vetëm kërkesën mjekësore. Një nga të intervistuarat nga autorja e shkrimit, në muajin e gjashtë të shtatzënisë tregon *se kishte bërë çdo dy javë ekografi për të parë në qoftë se fëmija është mirë*. Kur në fakt gjatë shtatzënisë rekomandohen vetëm 3-4 ekografi gjatë 9 muajve. Sipas Gori-t (2006) “Ka sëmundje të cilat flasin se simptomat nuk u binden ligjeve bio-fiziologjike, sepse ato u binden ligjeve të fjalës, të gjuhës, të ligjëratave”. Ngrihet pyetja shkencat mjekësore që aplikohet në Shqipëri sa po e analizojnë këndvështrimin human në trajtimin e qenien njerëzore, ose edhe këtu si në rastin e ndërhyrjeve cezariane kemi instrumentalizim të individit dhe jo përpjekje për të kuptuar ligjet e fjalës, të gjuhës, të ligjëratave neolibérale të cilat i japin rëndësi të qenurit një qenie performuese dhe për rrjedhojë e marketueshme, e për më tepër e dëshiruar për konsum (Lesourd 2006). Sipas Serge Lesourd shkencat sociale fillojnë dhe japim shpjegim mbi qenien njerëzore duke u nisur nga konceptime shkencore, që do të thotë çfarë do të jetë një kapacitet, duke e parë njeriun në kuadrin e performancës duke e bërë një njeri « performues », një mjet performues. Ai pohon se ligjëratat e tekno-shkencave si më rastin e biologjisë mjekësore dëshirojnë t’iu aplikohen çdokujt për çdo gjë duke lënë mënjanë njerëzoren, subjektiven, të veçantën e historisë së pacientit dhe se po mundëson ndarjen e « seksualitetit » nga « krijimi » ose « riprodhimi » pra, kemi ndarje të shtatzënisë nga trupi.

Konkluzione

Ky punim synoi të parashtronte dhe të ngrinte disa pyetje mbi atë sesi teknikat mjekësore aplikohen në Shqipëri dhe për pasojat në krijimin e subjektivitetit. Duke marrë rastin e ndërhyrjeve cezariane në rastin e lindjes së një fëmije dëshironim të paraqisnim se ka një dyfishim të ndërhyrjeve cezariane jashtë normave

etike që aplikohen në mjekësi. Ligjëratat e kohës—si post-socialiste, të fokusuara tek teknikat ashtu dhe neoliberalet të fokusuara te njeriu i performuar, vërehet se ndikojnë në mënyrën sesi gruaja shtazanë e përfytyron lindjen e fëmijës. Kërkesa e grave në disa raste instrumentalizohet, duke ju propozuar një teknikë të shpejtë dhe të thjeshtë por, pa i vënë në dijeni për konsekuencat që ka aplikimi i kësaj teknike si në planin e shëndetit trupor dhe në atë mendor. Ligjëratat e grave është e ndryshme për sa i përket lindjes në formën natyrale dhe atë cezariane. Shumica e grave të intervistuar që kanë kryer lindje me “Seksion Cezarian” e legjitimojnë zgjedhjen e tyre. Mbeten për t’u analizuar në një tjetër punim çështjet etike të këtij zhvillimi si dhe marrëdhëniet që shkencat humane kanë në raport me qenien njerëzore përballë ideologjisë së njeriut performues.

Bibliografia :

- Bekteshi S. (1981) Fëmija ynë. Bisedë me nënën për mirërritjen e fëmijëve. Tiranë, Botim i Drejtorisë së Arsimit Shëndetësor.
- Bimbashi Astrit, Ervin Kallfa, Anila Dokle (2010), Medikalizimi i aktiviteteve të lindjes dhe dëmet e tij. Pse shoqëria i është shmangur lindjeve natyrale dhe pasojat e saj. Buletini i Shkencave Mjekësore Vëllimi 41. Nr.2/Organi i Universitetit të Tiranës.
- Cabero Roura L. (2010) Operacioni cezarian. Sa shumë? Buletini i Shkencave Mjekësore Vëllimi 41. Nr.2/Organi i Universitetit të Tiranës.
- Dolto Françoise (1990) Lorsque l'enfant paraît, éd. Seuil, Paris. Përkthyer në shqip, Kur një fëmijë vjen. Ed. IDK. Tiranë.
- Falkingham J., A., Gjonca (2001) Studim i pjellorisë në Shqipërinë komuniste, Population Studies, Vol 55, No3 (Nov 2001), 309-318.
- Glozheni Orion. (2008) Cesarean delivery - Where are we going? Buletini i shkencave mjekësore – Supplement, Vëllimi 39, Nr. 3, Maj.
- Gori Roland (2006) La surmedicalisation de l'existence est un désaveu du « souci de soi ». Champ Psychosomatique, 2006, n. 42, f. 55-83.
- Gori Roland (2008) Caution pseudo-scientifique et pratiques sécuritaires. Le journal des psychologues. n. 255, mars. f. 42-46.
- Revista Shqiptarja e re, nr.1, 1977, Organi i Bashkimit të Grave të Shqipërisë. f. 11.
- Lesourd Serge (2006) Comment taire le sujet ? Des discours aux parloottes libérales. Ed. Eres.

Raporte :

- INSTAT (2002) The 2002 Albanian Demographic and health survey INSTAT, ISP.
- INSTAT (2010) Albanian Demographic and Health Survey 2008-09. INSTAT, IPH. UNICEF e al.
- Raport i planifikimit familjar UNFPA (United nation population fund), marrë nga specialistja e shëndetit riprodhues në nëntor të vitit 2009. Jo i botuar. Studimi i 2002-realizuar mbi 5.697 femra dhe 1.740 meshkuj.
- Raport në përgatitje mbi Planifikimi familjar UNFPA (United Nation Population Fund) Nëntor të vitit 2009. Jo i botuar. Studimi i 2002-it - realizuar mbi 5.697 femra dhe 1.740
- Rapport, (2006) The state of Albanian's children, Women and children in Albania: Double Dividend of Gender Equality. Social Research Centre INSTAT.
- World Bank Report (2003) Albania *Poverty Assessment* (“Vlerësimi i varfërisë në Shqipëri”) nr. 26213-AL. chapter VIII, pp 121-134.

Identitete Kombëtare, rajonale dhe periferike: Teknologjia e Komunikimit ndër shqiptarë

— Roland Lami* —

Abstrakt

Me përparimin e vullshëm të teknologjisë, komunikimi global dhe lokal po marrin përmasa gjithnjë e më të mëdha. Kuntet e shpërndara nga mjetet e sotme mediatike dhe shkëmbimi dëndur i përvojave e ideve, shihen nga specialistët e komunikimit si rruga më e efektshme për përvijimin e qëndrimeve e, si pasojë, edhe për ofrimin e modeleve të zgjidhjeve, përballë sfidave të kohës në të cilën jetojmë.

Ky dimension do të shihet në trajtën e një analize brenda hapësirës shqipfolëse. Siç dihet tashmë, disa kompani të fuqishme mediatike me qendër në Tiranë, po sundojnë tregun shqipfolës, duke zhvilluar një biznes me orientim të qartë gjeo-kulturor dhe gjeo-gjuhësor. Këto produkte kulturore me ngjyresë kombëtare, të fabrikua nga “qendra”, po nxisin në zonat “periferike” tendenca homogjenizuese të mendimit, duke kërcënuar ngjyresat kulturore të grupeve të ndryshme shoqërore, që përfshihen në procesin e komunikimit. Ky raport, i parë me “syzet” e disa autorëve të njohur në fushën e komunikimit, do të përbëjë boshtin kryesor të analizës.

Roli i teknologjisë në proceset komunikuese

Falë teknologjisë, komunikimi i ka thyer me kohë kufijtë, ndarjet e së shkuarës, barrierat institucionale e ligjore, duke ofruar tek qytetari mesazhe të pakufizuara në kohë e në hapësirë. Për sociologun Marshall McLuhan, ky realitet lidhet drejtpërdrejt me perceptimin global e gjithëpërfshirës së përvojës

* Roland Lami është pedagog i Sociologjisë në Universitetin European të Tiranës. Vazhdon doktoraturen në Sociologji Politike pranë Universitetit të Tiranës

njerëzore, si parakusht për të mbërritur në “fshatin global”, që karakterizohet nga ndikimi emocional dhe solidariteti mes aktorëve të komunikimit.

Sipas tij, ndryshimet shoqërore kanë në themel transformimin e komunikimit nga me gojë e shkrim, tek ai me mjete elektrike. Një infrastrukturë komunikimi e mbështetur tek fjala e folur e më pas tek e ajo shkruara, karakterizohet gjithnjë nga një shoqëri e hierarkizuar në mënyrë autoritare, e mbyllur në vetvete dhe e izoluar brenda hapësirës shoqërore përkatëse e traditave të veçanta.

Ndryshe nga ky stad, në epokën e elektricitetit dallimet kombëtare bien njëra pas tjetrës dhe komunikimi kulturor, politik e ekonomik vendoset në shkallë botërore. Kështu, e tërë bota gjen një lloj uniteti global, që ngrihet mbi lidhje shoqërore të përshtatshme për këtë gjendje të re komunikimi, e cila realizohet në distancë e është jashtëzakonisht e shpejtë.

Në këtë linjë arsyetimi, Fuga (2000) shpjegon se nën ndikimin e instrumenteve komunikuese, si qytetet e fshatrat, si shoqëritë moderne, ashtu edhe ato që sapo janë futur në rrugën e modernizimit, si zonat tejet të urbanizuara, sikurse edhe krahinat e thella e të humbura, ndikohen prej një procesi të vetëm komunikimi, që mbështetet mbi standardizimin, përsëritshmërinë dhe homogjenitetin.

Sigurisht, media elektronike vlerësohet si kontribuesja më e rëndësishme në këtë proces. Shumë specialistë të komunikimit e lidhin rolin e saj me krijimin dhe shpërndarjen e dijes sociale, në kuptimin më të gjerë të fjalës. Imazhet dhe idetë që shpërndan ajo, shërbejnë për një numër të madh njerëzish si i vetmi burim ndërgjegjësimi për të kaluarën e përbashkët (historinë) dhe pozicionin aktual në hierarkinë sociale, çka e bën atë një burim të rëndësishëm rregullash, normash e modelesh. Jo pa qëllim Wright Mills-i (1969) thekson se “komunikimi, i cili qëndron mes ndërgjegjes dhe ekzistencës, ndikon tek mënyra me të cilën njerëzit ndërgjegjësohen për ekzistencën e tyre”, ndikim ky që bëhet edhe më madh kur shkëmbimi ekonomiko-politik është i zbehtë, organizmi shoqëror është i dobët e individët janë relativisht të izoluar (Kornhauser, 1968).

Në rrethanat e paraqitura nga autori i mësipërm, media, veç prurjes së ndikimeve me prirje homogjenizuese, mund të shërbejë edhe si parakusht për çlirimin e tensioneve në gjetjen e gjuhës së përbashkët gjatë aksioneve konkrete njëse, me karakter politik, ekonomik dhe kulturor. Këtë funksion kompensues të medias, Marshall McLuhan-i (2004) e shpjegon duke iu referuar natyrës njerëzore. Në këtë linjë, ai shprehet se: “...të gjitha veglat teknike që ka shpikur njeriu, janë në një farë mënyre zgjatime të aftësive të tij psikofizike apo të organeve të trupit të tij. Në epokën e komunikimit, shoqëria vepron ashtu sikurse organizmi njerëzor. Prekja nga kriza apo infektimi i një organi, bën që ky të prodhojë zgjatime, për të vendosur ekuilibrat e prishur”.

Kjo logjikë funksionimi vlen për Shqipërinë e territoret shqipfolëse përreth, ku varfëria e shkëmbimeve politiko-ekonomike të shtetit shqiptar me institucionet e aktorët kryesor të këtyre trevave, si dhe izolimi social për një kohë të gjatë, nxiti, si nevojë për plotësimin e përmirësimin e këtij realiteti, zhvillimin e medias. Roli i medias elektronike në hapësirën shqipfolëse do të përbëjë boshtin kryesor të analizës

në këtë artikull. Në përpjekje për t'i dhënë përgjigje pyetjes kërkimore “Çfarë problemesh sjell fabrikimi i mesazheve të prodhuara nga ‘qendra’ për ‘periferinë’, në kushtet kur instrumentet e tjera komunikuese janë ‘anemike?’”, do të nxirren në pah proceset socializuese që po ndodhin në hapësirat mbarëshqiptare, falë qarkullimit të programeve e informacioneve të njëjta televizive, si dhe do të analizohen problemet që rrjedhin nga ky proces.

Në këtë linjë do të paraqiten përjasjet e disa specialistëve të njohur në fushën e komunikimit, të cilët e vënë theksin tek roli shumë i rëndësishëm i medias në kultivimin e standardeve të përbashkëta gjuhësore, produkteve kulturore me ngjyresë kombëtare e nuancave homogjenizuese të mendimit, sidomos kur organizimi shoqëror mungon dhe individët janë relativisht të izoluar; një zhvillim shumë pozitiv ky, për sa i përket konsolidimit të identitetit kombëtar, sidomos kur stadi i zhvillimit të institucioneve demokratike dhe ndikimi në rritje i faktorit ndërkombëtar, e zbeh deri diku forcimin e marrëdhënieve midis shqiptarëve këtej e andej kufirit të Shqipërisë.

Nuk do të mungojë njëkohësisht, as kritikizmi në adresë të rritjes së ndikimit të disa televizioneve, rajonale për nga frekuenca e transmetimeve, me qendër në Tiranë, në raport me pafuqinë financiare, profesionale e pa ndikim tek opinioni publik, që shfaqin televizionet lokale që operojnë në Kosovë, Maqedoni e Mal të Zi. Pavarësisht se këto televizione të fuqishme zhvillojnë një biznes me orientim të qartë gjeo-kulturor dhe gjeo-gjuhësor, nuk i shmangin dot realitetet hegjemonizuese tek televizionet lokale. Pikërisht ky aspekt do të analizohet, me synimin e ofrimit të disa sugjerimeve, për të pakësuar efektet tek publiku.

Problematikat e mesazheve që burojnë nga “qendra”

Siç dihet, deri në vitet 1990-1991 Shqipëria dhe ish-Jugosllavia ndaheshin nga “mure të larta”, të cilat i bënë praktikisht të pamundura kontaktet reale mes shqiptarëve në të dyja anët e kufirit. Në mungesë të këtyre kontakteve, përfytyrimi reciprok mbeti më së shumti, për dekada me radhë, në një rrafsh imagjinar, romantizues, që hera-herës merrte një dimension gati mitizues (Misha, 2008).

Kontaktet reale ndërmjet shqiptarëve, të shoqëruara, jo për faj tyre, me keqkuptimet e zhgënjimet e ndërsjella që sillte natyrshëm mungesa e informacioneve (Kullashi, 2003), nisën me shpërbërjen e Jugosllavisë dhe rrëzimin e regjimit totalitar. S’duhet harruar fakti, më i rëndësishmi, se shoqëritë shqiptare që po përjetonin në mënyra të ndryshme problemet, pasiguritë dhe kontradiktat e një periudhe të karakterizuar nga ndryshime dramatike, ishin katër, dhe se rikompozimi identitar në rastin e Kosovës, Maqedonisë e Malit të Zi ishte njëherësh sa pasjugosllav, aq dhe paskomunist (Misha, 2008).

Në këto kushte, shqiptarët përtej kufirit e konsideronin me të drejtë Shqipërinë si pikë referimi nga pikëpamja identitare, pasi përfaqësimin e tyre e shihnin pikërisht tek shteti shqiptar dhe simbolika e tij. Shteti shqiptar, nga ana e tij, edhe pse i dobët, nuk e refuzonte cilësinë e të qenit përfaqësues i shqiptarëve përtej kufijve fizik, por kur vinte çasti për ta aktualizuar një gjë të tillë, nuk e konturonte nivelin e artikullimit

politik e atë të aksioneve ekonomike në bazë të interesave mbarëshqiptare, por në përputhje me orientimet e faktorit ndërkombëtar.

Tek një pjesë e mirë e studiuesëve, u krijua bindja se proceset integruuese do të sillnin një perspektivë të re për komunikimin e popujve të Ballkanit me njëri-tjetrin e, brenda këtij kuadri, edhe një raport të ri midis popullsisë shqiptare këtej e andej kufirit. Mirëpo këto çështje nuk mund të zgjidhen vetiu. Faktet treguan se jo të gjithë faktorët politik në Ballkan ishin gati ta pranonin krijimin e rrethanave demokratike, ku kufijtë ndërmjet shteteve ballkanike të kishin thjesht vlerë simbolike e mundësia për një bashkëpunim të fuqishëm kulturor, politik dhe ekonomik, veçanërisht mes shqiptarëve, të bëhej pjesë e pashmangshme e proceseve integruuese rajonalizuese (Fuga, 2000).

Sot për sot, për shkaqe që kanë të bëjnë me demokratizimin e marrëdhënieve politike të Shqipërisë me vendet fqinje, gjykohet se dendësia e marrëdhënieve ekonomiko-politike ndërmjet aktorëve të rëndësishëm shqiptar, është me shumë rrezik. Frika se Ballkani mund të përballet me prishjen e ekuilibrave të brishtë gjeo-politikë, si dhe me ringjalljen e histerive nacionaliste, ndikon në tipologjinë e komunikimeve me natyrë ekonomike e politike ndërmjet shqiptarëve, duke kushtëzuar deri diku edhe nivelin e komunikimit e të integritimit mes tyre.

Mirëpo logjika shoqërore dhe ajo politike, nuk janë asnjëherë e njëjta gjë dhe s'është aspak e thënë që ato të shkojnë gjithmonë bashkë (Fuga, 2000). Në këtë kontekst, media, si infrastrukturë integruuese apo si i vetmi realitet i mundshëm, që ka aftësinë të stimulojë një realitet të përbashkët në njësimin e vizionit politik, shpirtëror dhe identitar, merr një funksion parësor. Ndikimi i saj, si pasojë e funksionimit të zbehtë të mjeteve të tjera integruuese, për hir të presionit të vazhdueshëm ndërkombëtar që ato të mbeten në atë stad, mund të shihet në prodhimin e hapësirës simbolike të përbashkët, që i ndihmoi shqiptarët në çlirimin e kufizimeve të llojit hapësirë e kohë. Ajo mund të kontribuojë gjithashtu edhe në tejkalimin e gjykimeve etnocentriste e ksenofobiste, që ndeshen shpesh në sistemet e mbyllura kombëtare, duke krijuar një masivizim kulturor mbarëshqiptar.

Zhvillimi i tregut të medias elektronike tek shqiptarët përtej kufirit, nisi të shihej si burim i promovimit të simboleve me ngjyrim kombëtar. Pavarësisht se zhvillimi i këtij tregut u kushtëzua nga infrastruktura e dobët, dukuri e zakonshme kjo për vende me demokraci të brishtë dhe ekonomi të dobët, disa operatorë u shndërruan për një kohë të shpejtë në burime parësore e të rëndësishme të informimit mbarëshqiptar. Kompani të tilla si *Top Media*, *Media 6*, *Grupi Edisud sh.a*, *Media Vizion sh.a.*, në kushtet e një medieje lokale e rajonale të dobët nga aspekti financiar e profesional, u kthyen brenda një kohe të shkurtër në qendra të rëndësishme informimi, brenda dhe jashtë territorit shqiptar.

Këto media e kapërcyen hendekun e formuar nga ndasitë e krijuara prej dekadash, të theksuara gjatë sistemit totalitar, dhe arritën t'i përgjigjeshin interesit të përgjithshëm e edukimit të tij. "Kumtet e shpërndara me 'kaq bujari' nga këto media dhe shkëmbimi i dendur i përvojave e ideve, u gjykua si rruga më e efektshme për arritjen e qëndrimeve të përbashkëta, bashkërendimin e veprimeve, ofrimin e

modeleve e të zgjidhjeve, përballë sfidave të kohës në të cilën jetojmë” (Gjergji, 2009).

Duke u bazuar në devizën “Të mendojmë rajonalisht, por të veprojmë lokalisht”, këto kompani mediatike filluan të zhvillonin një biznes me orientim të qartë gjeo-kulturor dhe gjeo-gjuhësor (Gjergji, 2009). E gjitha kjo, krijoi brenda një periudhe të shkurtër kohe, një model integrimi mbarëshqiptar, duke kultivuar standarde të përbashkëta gjuhësore, produkte kulturore me ngjyresë kombëtare, nxitjen e homogjenitetit të mendimit, si dhe zgjerimin e hapësirës simbolike mbarëshqiptare (Kallciu, 2009).

Ndodhi deri diku fenomeni i paralajmëruar nga Gerber-i (1967), ku media, falë mekanizmave të saj, rrit ndikimin në adresë të shndërrimit të sistemeve të njohura sociale e orientimit të jetës së përditshme nga private në publike, me qëllim formimin e bazave të reja të mendimit kolektiv. Po në të njëjtën linjë, Marshall McLuhan-i (1984), flet për konceptin “ritribalizues” të televizionit, duke nënkuptuar formimin e gjithnjë e më shumë identiteteve të reja shoqërore e institucionale, si pasojë e mesazheve sistematike e gjerësisht të pranura nga publiku, që përçon media. Dhe në fakt, këto procese socializuese në hapësirat mbarëshqiptare, si pasojë e qarkullimit të programeve e informacioneve të njëjta, sidomos të atyre që shfaqte media elektronike, filluan të krijonin një medium të përbashkët, Tiranë - Prishtinë – Shkup, si dhe një “rajonalizim shqiptar” në kuptimin e informacionit, ndjekjes së ngjarjeve, bashkëbisedimeve dhe perceptimeve të realitetit të sotëm.

Ky dimension komunikues, i mundur veçanërisht nga televizioni, rikrijoi në një farë mënyre një lloj barazie të marrëdhënieve të qytetarit kudo ku banonte, me ngjarjet dhe proceset kulturore e artistike, rajonale e vendase. Brenda dhe jashtë territorit politik shqiptar, audienca mund të shihte të njëjtën veprimtari kulturore e politike. Sa për ilustrim, për të kuptuar dimensionet e reja komunikuese të krijuara falë televizionit, vlen t’u referohemi transmetimeve e komenteve në kohë rekord të procesit të zgjedhjeve parlamentare më 2010-n në Kosovë.

Pavarësisht se ky realitet mediatik me ngjyresë kombëtare, konsiderohet nga disa specialistë të komunikimit si shumë pozitiv për sa i përket shkëmbimit të informacionit dhe standardizimit të konvencioneve shoqërore, nuk mund të nënvlerësohen rreziqet që fshihen pas tij. Problematika lidhet kryesisht me rolin e kufizuar të sistemeve mediatike lokale, ndërkohë që sistemet rajonale, në saje të kompanive të fuqishme që qëndrojnë pas tyre, pushtojnë hapësirat lokale. Një situatë e tillë favorizohet nga raporti që ka “qendra” me “periferinë”, i cili, ashtu sikurse vënë në dukje Michael Kunczik dhe Astrid Zipfel-i (1997), pasqyron në të shumtën e herëve të ashtuquajturin deformim elitar dhe atë urban në fushën e medias.

Ndikimi i “qendrës” drejt “periferisë” vërehet tek struktura e ndërtimit të programacioneve televizive. Strukturat e programacioneve të kanaleve të fuqishme me qendër në Tiranë, si *Top Cannel*, *Klan*, *ABC News*, *Vizion Plus*, *Ora News*, *News 24*, kanë ndikuar në strukturimin programor të medias në Kosovë e Maqedoninë Perëndimore. Madje mund të thuhet se, shpesh, formatet e emisioneve që transmetohen në ndonjë kanal të këtyre treva shqipfolëse, duken si *copy-paste* i kanaleve *Top Channel* e *Klan*. Ky ndikim është më i dukshëm në formatet e emisioneve politike. Siç duket, fenomeni

i imitimit, që lidhet me nevojat për modele referuese, zbret në formë “vale” nga televizionet me ndikim global, në ato rajonale e lokale, duke prodhuar problematika të caktuara.

Ndikimi i këtyre operatorëve të fuqishëm me qendër në Tiranë, nuk vërehet vetëm tek programacioni, por edhe tek koha televizive që vendoset në dispozicion për pasqyrimin dhe analizën e problemeve që lidhen me zonat “periferike”. Kjo hapësirë televizive mbizotërohet, për arsye të shpjegueshme tregtare e teknike deri diku, nga probleme që lidhen me “qendrën” e shumë pak me “periferinë”. Për të kuptuar asimetrinë, mjafton t’i referohemi shpërndarjes së kohës në pasqyrimin e problemeve që shqetësojnë “qendrën” dhe “periferinë”, gjatë transmetimit të lajmeve qendrore në *Top Channel* dhe *Klan*. Nga vëzhgimet e drejtpërdrejta personale të këtyre kanaleve, vërehet se koha në dispozicion të pasqyrimin të tematikave që lidhen me zonat Kosovë, Maqedoni dhe Mali i Zi, shkon nga pesë deri në dhjetë minuta.

Duhet theksuar se kohët e fundit koha e transmetimit sa vjen e rritet, pasi rezultatet e sondazheve të kryera nga institucione ndërkombëtare e lokale, po nxjerrin në pah faktin se lajmet e orës 19.30 në kanalet si *Top Channel* e *TV Klan*, kanë një audiencë që arrin 80 % në Kosovë dhe 99% në Maqedoni; në këto kushte, kompanitë janë të detyruara të reagojnë (Gjergji, 2009). Dhe në fakt reagimi nuk ka vonuar. Në Prishtinë e Shkup janë hapur zyra që synojnë shtimin e transmetimeve, si dhe zgjerimin e pasqyrimin të tematikave. Këto iniciativa e kanë rritur edhe më tepër audiencën e, njëkohësisht, edhe rolin e këtyre mjeteve mediatike si ndikuese e pasqyruese të informacionit, pavarësisht se nuk e asgjësojnë dot fenomenin e asimetrisë së ndikimit dhe tematikave të pasqyruara në këto media.

Vlen të nënvizohet fakti se ky ndikim nuk është bërë akoma objekt i studimeve të thelluara dhe për këtë arsye baza empirike mungon. Të dhënat e mësipërme janë konsiderata të një numri të pakët gazetarësh e studiuesish, si dhe konstatime personale. Në këtë kontekst, nga pikëpamja empirike, analiza lë shteg për subjektivizëm, por ama nuk e tret dot prirjen hegjemonuese në rritje të televizioneve të fuqishme, në raport me ato të periferisë e njëkohësisht edhe problematikën e tyre.

Në vazhdim të analizës, kjo mënyrë komunikimi nuk shmang dot procesin e riprodhimit hegjemonik, etiketuar nga Stuard Hall-i (1986), për shkak të efektit strukturues të fjalës nga ana e të fuqishmëve. Gazetarët, duke qenë të parët në komentimin e ngjarjeve, kanë mundësi të imponojnë kode simbolike të caktuara. Kuptimi i fjalëve dhe i temave është në varësi të kuptimit që i shkon për shtat veprimin të gazetarit. Dhe në një periudhë të caktuar, ndikimi i tij/saj dhe i medias ku ai/ajo bën pjesë, prodhon tendenca homogjenizuese të mendimit, duke vënë në rrezik ngjyresat kulturore të grupeve shoqërore që përfshihen në këtë proces komunikimi. “Qendra”, në vija të përgjithshme, “fabrikon” standarde gjuhësore dhe kulturore në adresë të “periferisë”, duke cenuar kështu shfaqjen e nuancave, dialekteve, mentaliteteve e këndvështrimeve të ndryshme. Për këtë arsye, njëra palë e shoqërisë, ajo që sundon nëpërmjet fuqisë së medias, konsideron dhe imponon si gjuhë universale të folurën e vet, duke penguar pjesën tjetër të përdorë gjuhën përkatëse. Kjo pjesë e shoqërisë, detyrohet ta bëjë të vetën të folurën sunduese, pasi mbivlerëson burimin e vlerën e saj.

Jo pa qëllim Eric Maigret-i (2010) thekson se nëpërmjet medias elektronike shprehet një sundim social, ai më të pasurve me “kapitale gjuhësore” e “kapitale kulturore”, ndaj më të varfërve, atyre që zotërojnë më pak prej tyre, pasi në këtë treg, njerëzit përdorin kapitalin kulturor në vend të atij ekonomik.

Në këto rrethana, nën ndikimin e medias elektronike, individit apo grupi shoqëror në zonat periferike rrezikon të shndërrohet në një telespektator pasiv të arritjeve kulturore e artistike. Modelet që imponohen nga “qendra” shndërrohen në objekte konsumi për banorët e “periferisë”. Në të tilla rrethana, kultura dhe arti autokton lokal, fillojnë të tkurren, duke çuar në humbjen me shpejtësi të thesareve e kulturës vendase, në të mirë të një informacioni e vlerash kulturore e artistike të fabrikuar nga “qendra”, të cilat janë pikërisht ato që mbizotërojnë në ekran.

Fuga (2009) nuk e fsheh problemin që lidhet me shpërndarjen e kulturës, artit, politikës, informacionit ekonomik, etj., me anë të televizionit. Sipas autorit, kultura e televizionit në një kuptim të caktuar nuk mund të përputhet me kulturën në përgjithësi. Këto dy koncepte, me gjithë afërsitë që mund të kenë midis tyre, nuk janë kurrë të barabarta. Nuk mund të lihet pa përmendur se gjithë ky proces i shpërndarjes së kulturës nëpërmjet një rruge ekskluzivisht televizive, dëmton ato prurje që mund të realizohen nëpërmjet librit artistik e shkencor, shtypit të shkruar dhe revistave të specializuara shkencore, praktikave pedagogjike të edukimit, që kanë braktisur pothuajse fare zonat tona rurale, të cilat janë në një gjendje të mjerueshme në trevat shqipfolëse si Maqedoni, Kosovë dhe Mali i Zi.

Në këtë vorbull, me gjithë anët e veta pozitive, kultura e shpërndarë nga media mbështetet, për vet natyrën që ka, kryesisht mbi figurën (imazhin) e mbi tingullin muzikor (muzikën), duke lënë shumë pas dore fuqinë transmetuese e formuese të fjalës, çka prodhon një informacion sipërfaqësor të paqëndrueshëm e shpeshherë të gënjeshtërt (Fuga, 2009). Jo pa arsye Jean Baudrillard-i, në gjykimin e George Ritzer-it (2008), e përshkruan botën e prodhuar nga media si hiper-realitet. Sipas tij, “media rresht së qeni pasqyrim i realitetit, pasi bëhet vet e tillë, madje më reale se ky i fundit. E gjitha kjo lidhet me shpjegimin se mediet televizive, të specializuara në transmetimin dhe prodhimin e një kulture standarde, funksionojnë me qëllime të tjera e ndjekin strategji që kushtëzohen nga logjika që ndonjëherë s’kanë të bëjnë fare me problemet që flasin. Përhapja e kulturës shkencore, kulturore, enciklopedike në zonat rurale e urbane, në kushtet kur aty është ‘tharë’ rrjeti i institucioneve kulturore vendase, nuk përbën thujtë aspak shqetësim për menaxherët dhe krijuesit e emisioneve televizive. Për më tepër që logjikat ekonomike, financiare dhe estetike të prodhimit televiziv, kanë priren e natyrshme ta harrojnë disi telespektatorin e zonave rurale apo të atyre periferike urbane”.

Sikurse është thënë e stërrthënë shpeshherë, televizioni s’mund të jetë as institucion shkollor, as qendër kulture dhe as s’mund t’i zëvendësojë këto të fundit. Zhvillimi i arsytimit mbi teknologjinë e informacionit ka vërtetuar se tjetër janë substratet materiale të komunikimit dhe tjetër përmbajtjet semantike, kuptimore, që ato përcjellin. “Identitetin e bartësit të mesazhit e krijon në radhë të parë përmbajtja kuptimore e komunikimit dhe jo thjesht teknologjia e tij, pra media si infrastrukturë materiale” (Fuga, 2009).

Përfundime

Në këtë material u ndalëm tek roli i televizionit si infrastrukturë integruese apo si i vetmi realitet i mundshëm, i aftë të stimulojë një realitet të përbashkët në njësimin e vizionit politik, shpirtëror dhe identitar, sidomos në rrethanat kur instrumentet politiko-ekonomike janë të dobëta. Ndikimi i tij mund të shihet në prodhimin e hapësirës simbolike të përbashkët dhe kontributin e ofruar në çlirimin e shqiptarëve nga kufizimet e llojit hapësirë e kohë.

Pavarësisht se ky realitet mediatik me ngjyresë kombëtare konsiderohet si shumë pozitiv në aspektin e shkëmbimit të informacionit dhe standardizimit të konvencioneve shoqërore, nuk mund të nënvlerësohen problematika që lidhet kryesisht me rolin e kufizuar të sistemeve mediatike lokale, ndërkohë që sistemet rajonale, në sajë të kompanive të fuqishme që qëndrojnë pas tyre, pushtojnë hapësirat lokale.

Këto “qendra” transmetimi, në vija të përgjithshme, “fabrikojnë” standarde gjuhësore dhe kulturore në adresë të “periferisë”, duke cenuar shfaqjen e nuancave, dialekteve, mentaliteteve e këndvështrimeve të ndryshme. Madje, në kushtet e mungesës së librit artistik e shkencor, shtypit të shkruar e revistave të specializuara shkencore, praktikave pedagogjike të edukimit, si në zonat rurale, ashtu edhe Maqedoni, Kosovë e Mal të Zi, televizioni fiton statusin e burimit të vetëm të transmetimit të kulturës.

Në kushtet kur elementët e mësipërm mungojnë ose nuk e luajnë rolin e tyre “filtrues” ndaj mesazhit të transmetuar nga televizioni, ky i fundit bëhet zëdhënës i tyre, duke informuar dhe krijuar modelet që dëshiron. Pikërisht kjo nevojë për televizionin dhe njohja e problemeve që burojnë nga funksionet e tij, është e nevojshme të trajtohet për të vënë në lëvizje mekanizmat e tjera të shoqërisë. Aq më tepër, sikurse është thënë shpeshherë, televizioni nuk mund të jetë as një institucion shkollor e as qendër kulturore, dhe nuk mund t’i zëvendësojë këto të fundit. Megjithatë, duke respektuar lirinë e prodhimit televiziv dhe forcën ndikuese, ka vend që institucionet e dikasteret që merren me arsimin, kulturën e artin, të hartojnë politika të tilla që t’u lejojnë pasjen e hapësirave shumë më të mëdha seç e kanë pasur deri më në programet televizive të “qendrës”, pikërisht për të plotësuar misionin e transmetimit të kulturës në zonat periferike të territorit kombëtar (Fuga, 2008).

Kjo praktikë e sugjeruar me të drejtë nga studiuesi i shkencave të komunikimit, ndiqet edhe në shumë vende të zhvilluara, ku shteti, nëpërmjet mekanizmave financiarë dhe detyrimit administrativ, krijon hapësira kohore për emisione kulturore, shkencore, mësimore, artistike, enciklopedike, që i destinohen një spektatori të cilit i mungojnë mjetet e tjera të shpërndarjes së kulturës. Kjo merr edhe më shumë kuptim, në kushtet kur shteti nuk mund të vërë në lëvizje mekanizma të tjerë integrues brenda dhe jashtë territorit shqiptar, si pasojë e stadit ku ndodhen institucionet dhe e presionit që ushtron faktori ndërkombëtar.

Bibliografia

- Fuga, A. (2000). *Shoqëria periferike*. Tiranë: Ora, fq. 44.
- Fuga, A. (2008). *Brirët e Dhisë*, Tiranë: Ora, fq. 428-429.
- Gjergji, B. (2009). *Komunikimi bashkëkohor midis shqiptarëve*. Tiranë: Departamenti i Gazetarisë, fq.22 -28.
- Hall, S. (1996). *Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge.
- Maigret, E. (2010). *Sociologjia e komunikimit dhe e mediave*. Tiranë: UFO PRESS, fq. 112.
- Mcluhan, M. (2004). *Instrumentat e komunikimit: Media si një zgjatim i njeriut*. Tiranë: IDK, fq. 145.
- Misha, P. (2008). *Arratisje nga burgjet e historisë*. Tiranë: Toena, fq. 131.
- Mills, Ch. W. (1969) *L'Elite du pouvoir* (1956), Maspero.
- Kunczik, M. & Zipfel, A. (1997). *Hyrje në shkencat e komunikimit dhe të publicistikës*, Tiranë: ISHM, fq 140.
- Kallciu, N. (2009) *Media dhe komunikimi politik*, Tiranë, fq.52.
- Kullashi, M. (2003). *Përplasja e identiteteve*, Tiranë: Dukagjini, fq. 130.
- Ritzer, G. (2008). *Teoria Sociologjike*. Tiranë: UFO PRESS, fq. 633.
- Thiesse, M. A. (2004). *Krijimi i identiteteve kombëtare*. Tiranë: Dukagjini, fq. 25-89.

Ndërtimi i shtetit ligjor pas komunizmit: një perspektivë elitiste

____ Nga Gentian Elezi _____

Abstrakt

Koncepti i shtetit ligjor është shndërruar në faktor të domosdoshëm për strukturimin e shoqërive demokratike e të sistemeve që përfaqësojnë ato. Këto shoqëri duket se e kanë përbrendësuar tashmë këtë element. Ndërkaq, vendet në zhvillim përgjithësisht e ato post-komuniste veçanërisht, kanë hasur vështirësi të shumta në rrugën e krijimit të një sistemi që bazohet tek ky model shteti. Ky studim synon të analizojë dhe të shpjegojë ndikimin e njërit prej faktorëve kyç në këtë proces: rolin e sjelljes politike të elitës dhe rëndësinë që patën zgjedhjet institucionale të bëra prej saj, menjëherë pas rënies së regjimit komunist. Për realizimin e këtij objektivi, në të trajtohen fillimisht aspektet dhe debatet konceptuale të “shtetit ligjor”, për të mundësuar një përkufizim bazë të tij, të domosdoshëm për punimin; më pas vijon shqyrtimi i raportit të këtij koncepti me komunizmin dhe ndikimin që pati ky i fundit mbi të. Me anë të një qasjeje krahasuese, pjesa qendrore e studimit analizon dhe argumenton mbi zgjedhjet e strategjiave institucionale që bëri kjo elitë politike dhe ndikimin që pati natyra e saj konfliktuale në procesin e konsolidimit të shtetit ligjor në dekadën e parë të tranzicionit.

Konceptimi i shtetit ligjor

Shteti ligjor’ është një koncept i ndërlikuar dhe i debatuar gjerësisht në botën akademike. Shkolla të ndryshme mendimi kanë ngritur rregullisht midis juristëve, politikanëve, filozofëve, sociologëve dhe ekonomistëve, diskutime mbi atë çka mund të konsiderohet i tillë, origjinën dhe karakteristikat e “virtutet” që e shquajnë. Si krijues të këtij modeli shteti, disa prej studiuesve i referohen sistemit britanik; të tjerë, për të treguar origjinën e termit, përmendin termin francez *legalité*

* Gentian Elezi po ndjek studimet Doktorale për Studime Evropiane pranë Universitetit të Sussex-it, Britani e Madhe. Ka studiuar për Shkenca Politike në Universitetin e Milanos, Itali dhe ka marrë gradën MA në Studime Politike Evropiane nga Universiteti i Sussex, Britani e Madhe. Jep mesim në Departamentin e Shkencave Politike dhe Marrëdhënieve Ndërkombetare, Universiteti Europian i Tiranës.

constitutionelle ose *Rechtsstaat*-in nga eksperiencia gjermane. Por siç argumentojnë edhe Kirchheimer-i dhe Neumann-i (1987) “*legalité constitutionnelle* në gjuhën kushtetuese kontinentale, ashtu si *rule of law* në qarqet juriste britanike, shprehin të njëjtën nevojë: atë të përkimit të çdo akti qeverisës apo administrativ, me ligjet e vendit përkatës.” (Kirchheimer & Neumann, 1987: 132). Varga e përshkruan *Rechtsstaat*-in si “një produkt karakteristik të traditës europiane kontinentale, që bazohet tek rregullimi me ligj dhe tek kushti paraprak i rregullimit në mënyrë institucionale të aktivitetit të shtetit, garancisë e mbrojtjes ligjore.” (Varga, 1995: 107).

Për të tentuar një përkufizim fillestar të shtetit ligjor, është e nevojshme të hedhim shkurtimisht një vështrim mbi teoritë e ndryshme që janë përpjekur ta shpjegojnë atë. Së pari duhet të theksojmë se shteti ligjor nuk është koncept statik e, për rrjedhojë, as kuptimin s’e ka të tillë. Ashtu si çdo institucion tjetër, edhe ai ndryshon. Me ndryshimin e karakteristikave të marrëdhënieve njerëzore për shkak të përparimit social, edhe shteti ligjor i nënshtrohet një procesi zhvillimi, duke u përshtatur me kushtet e reja. Kuptimi që mbart sot ky koncept, filloi të shfaqej me krijimin e shtetit si entitet. Ashtu siç ka vëzhguar edhe Atkinson-i, “kur fitoi identitetin, shteti mori një formë më të saktë, u rrit dhe u bë më kompleks e më i shtrirë vertikalisht, përvetësoi disa elementë të së drejtës romake dhe reformoi kodet e ndryshme” (Atkinson, 1965: 11). Pra marrëdhëniet e reja komplekse që u krijuan midis njerëzve dhe shtetit, ose edhe midis vetë njerëzve, sidomos në fushën ekonomike e sociale, sollën nevojën për një bazë rregullash të reja dhe të detajuara. Kjo nevojë vinte nga presioni për efektshmëri e drejtësi, por edhe nga ai për shmangien e pushtetit arbitrar. Ashtu siç shprehej Rousseau-ja në kohën e tij, nevojitej që ligji të vendosej mbi njeriun.

Një nga studiuesit më të njohur të shtetit ligjor, Craig-u, ka analizuar dhe grupuar teoritë kryesore të formuluar deri më tani mbi këtë koncept. Ai i ka ndarë ato në dy grupe të mëdha, sipas kuptimit që përfaqësojnë. Teoria e parë shpreh kuptimin përmbajtësor të shtetit ligjor, ndërsa e dyta ka të bëjë me kuptimin formal (Craig, 1997).

Qasja përmbajtësore, përtej elementëve si ndarja e pushteteve, ligji mbi gjithçka, procedurat e barabarta dhe sigurinë ligjore, kujdeset gjithashtu edhe për cilësinë e përmbajtjes së ligjit. Një nga mbështetësit e kësaj teorie është Dworkin-i, i cili thotë se “ligji sundon falë virtytit të përputhshmërisë që ka me një grup koherent parimesh mbi drejtësinë, rregullsinë e proceset procedurale.” (Dworkin, 1986: 243). Bellamy (2005) gjithashtu sqaron më tej qasjen e Dworkin, kur thotë se ky i fundit mbështet idenë se ligjit duhet t’i jepet një dozë moraliteti dhe integriteti praktik. Këto parime do të mundësonin shtimin e besimit tek sistemi ligjor në tërësi dhe do t’i detyronin qytetarët e zyrtarët t’i bindeshin atij. Njerëzit duhet t’i shohin ligjet si pjesë tyren dhe si një e mirë publike që mundëson bashkëpunimin me përfitim të ndërsjellët. Në këtë mënyrë, ligji do të lehtësonte ndërveprimin social dhe do të ndihmonte në zvogëlimin e abuzimit me pushtetin.

Qasja formale synon dallimin midis shtetit ligjor dhe shtetit të ligjit të mirë. Nocioni i së mirës është subjektiv në vetvete dhe mund të shkaktojë mosmarrëveshje politike. Kjo qasje nuk merret me gjykimin e përmbajtjes së ligjit, nëse ai është i mirë apo i keq. Në kuptimin më të thjeshtë e më të saktë, “shteti ligjor nënkupton çdo

strukturë normash të vendosura e të përforcuara nga një autoritet, në një komunitet të caktuar”. (Friedmann, 1971: 94). Në këtë kontekst, Hayek-u ka dhënë një nga përkufizimet më të qarta. Ai thotë se,

(...) po të heqim gjithë teknikalitetet, shtet ligjor do të thotë kushtëzim i gjithë veprimeve të qeverisë nga rregulla të vendosura e të publikuara paraprakisht. Këto të fundit mundësojnë parashikimin e mënyrave me të cilat autoritetet përdorin pushtetin e tyre në rrethana të caktuara dhe, mbi bazën e kësaj njohurie, edhe planifikimin e aktiviteteve individuale. (Hayek, 1944: 44)

Është i famshëm edhe paralelizmi figurativ që bën ai për të përshkruar këtë koncept, kur thotë se:

(...) nuk ka rëndësi nëse i japim makinës në krahun e djathtë apo të majtë, për sa kohë që i japim të gjithë në të njëjtin krah. Gjëja më e rëndësishme është që rregulli të na mundësojë parashikimin korrekt të sjelljes së njerëzve. Ai duhet të zbatohet në të gjitha rastet, edhe nëse, në ndonjë rast të veçantë, do të na dukej si i padrejtë.” (Hayek, 1944: 60)

Ai besonte se për ta përdorur efektivisht dijen e tyre në bërjen e planeve, individët duhej të kishin mundësi t’i parashikonin ose t’i dinin veprimet e shtetit dhe të autoriteteve që mund t’ua ndikonin ato. Por, që të jenë të parashikueshme, veprimet e shtetit duhet të përcaktohen nga rregulla fikse, pavarësisht rrethanave që s’mund të parashikohen apo të merren parasysh paraprakisht. Pra ky sistem do të prodhonte një shkallë parashikueshmërie në jetën sociale, duke stabilizuar, rregulluar e madje edhe ndërtuar marrëdhënie.

Gjithmonë brenda kuptimit formal, Raz-i e konsideron shtetin ligjor si vetëm një prej elementëve të virtytshëm që duhet të ketë një sistem ligjor. “Shteti ligjor është ekselencia e thelbit të ligjit. Ashtu si instrumentet e tjera, ligji ka një virtyt specifik, i cili është moralisht neutral, ashtu si qëllimi për të cilin vepron instrumenti. Është virtyti i efektshmërisë, virtyti i instrumentit si instrument. Për ligjin, virtyti është shteti ligjor.” (Raz, 1977: 208). Në teorinë e vet, Raz-i adopton një qasje të ngushtë, që mbështet idenë se qeveria duhet të sundohet nga ligji dhe të jetë subjekt i tij.

Ligji krijon pashmangshmërisht një rrezik të madh për krijimin dhe praktikimin e pushtetit arbitrar. Shteti ligjor është menduar për pakësimin e rrezikut që krijohet nga vetë ligji. Kjo, pasi ai mund të jetë i paqëndrueshëm ose i paqartë dhe mund të shkelë lirinë e dinjitetin e njerëzve. Shteti ligjor shërben gjithashtu edhe për shmangien e këtij rreziku. Pra, konformiteti me shtetin ligjor, sjell asgjësimin e së keqes që mund të sjellë vetë ligji. (Raz, 1977: 206)

Midis vlerave që mund të sigurojë shteti ligjor, asnjë nuk është më e rëndësishme se sa garancia e ligjit, siguria e pritshmërive ligjore dhe shmangia e ndërhyrjeve arbitrare të qeverisë e institucioneve të saj. Një shoqëri që arrin sigurinë ligjore, u mundëson qytetarëve të saj të jetojnë jetë të pavarura edhe në rrethana ku nuk mbizotëron besimi reciprok. Edhe pse shteti ligjor nuk është kusht i mjaftueshëm

për të patur një sistem demokratik liberal, mund të thuhet se është i domosdoshëm. Ashtu siç shprehet edhe O'Donnell-i,

(...) shteti ligjor bashkëpunon ngushtë me dimensionet e tjera të cilësisë së demokracisë. Pa funksionimin e mirë të shtetit ligjor, të mbrojtura nga një sistem gjyqësor i pavarur, të drejtat nuk janë të sigurta, barazia dhe dinjiteti i qytetarëve janë në rrezik. (O'Donnell, 2004: 32)

Duke iu përmbajtur qasjes formale të konceptit, teorizimet e paraqitura më sipër mund të përkthehen në terma më praktikë për qëllimet e këtij studimi në dy pika kyçe, thelbësore, për shtetin ligjor: institucionet dhe garancia e ligjit. Nga shumë autorë, institucionet konsiderohen si elementi që mban bashkë shoqërinë (*glue of the society*). Rëndësia e tyre ka treguar të jetë vendimtare, sidomos gjatë procesit të konsolidimit të demokracive e reja. Pa dyshim që ato mbeten faktorë kyç edhe në demokracitë e konsoliduara, por aty kanë krijuar një traditë dhe bashkëpunojnë me të tjera dimensione që e mbajnë sistemin kompakt, siç mund të jetë një shoqëri politike dhe civile e konsoliduar mirë, e familjarizuar me rregullat demokratike. Në demokracitë e reja, ky lloj “edukimi” i shoqërisë dhe i politikës i përket ligjit dhe institucioneve. I rëndësishëm është gjithashtu edhe ndërveprimi midis institucioneve, i cili duhet të bazohet krejtësisht tek ligji. Shteti ligjor është i vetmi instrument që mund të garantojë në mënyrë të efektshme ndarjen e pushteteve, e cila është themelore në një demokraci liberale.

Më tej në këtë pikë, MacCormick-u argumenton, se

(...) atje ku shteti ligjor respektohet, njerëzit mund të kenë, paraprakisht, siguri të arsyeshme për rregullat dhe standartet në bazë të të cilave do të gjykohet sjellja e tyre. Individët do të kishin të qarta, gjithashtu, edhe kërkesat që do u duhej të përmbushin, për t'i dhënë vlerë ligjore transaksioneve apo veprimeve përkatëse. Ata mund të kenë pritshmëri të caktuara mbi sjelljen e të tjerëve dhe në veçanti të atyre që mbajnë pozicione zyrtare. (MacCormick, 2005: 16)

Jo vetëm kaq, por siguria ligjore ofron edhe bazat për suksesin e ekonomisë së tregut. Ashtu siç pohon edhe ekonomisti Hernando De Soto (2000), siguria ligjore është i vetmi element që i dallon realisht vendet e pasura nga ato të varfëra. Shteti ligjor, është pasuria e tyre e vërtetë.

Teza e De Soto-s, më konkretisht, është se këto vende shfaqin një nivel të lartë besimi, ngaqë ndërmjetës në shoqëri janë institucionet dhe shteti ligjor, që garantojnë dhe bëjnë të mundur parashikimin e sjelljes së individëve. Prej kësaj, rrjedh natyrshëm edhe besimi. Sipas tij, edhe njerëzit në përfundim nuk i besojnë njëri-tjetrit si individë, por u besojnë si pjesë e së njëjtës strukturë të përbashkët institucionale, që i garanton dhe i mbron nga njëri-tjetri. Nga pikëpamja ekonomike, De Soto mendon se ky mekanizëm i arritjes së besimit dhe sigurisë me anë të shtetit ligjor e efektshmërisë së institucioneve, është themelor në ndërtimin e sistemit demokratik, por edhe në atë ekonomisë së tregut e institucioneve mbështetëse. (De Soto, 2000).

Teza e De Soto-s theksohet dhe mbështetet edhe më tej nga Richard Rose. Ai mendon se duke ndryshuar e ndërtuar institucionet, mund ndryshohen edhe sjellja e vlerat e individëve. Ky proces do t'i ridimensiononte nxitjet, rregullat dhe detyrimet që përdorin individët për të llogaritur sjelljen e tyre (Rose, 1998). Pra institucionet kanë fuqinë e formësimit e të ndërtimit të mentaliteteve, vlerave e, për rrjedhojë, edhe të kulturave të reja. Nëse shteti ligjor dhe ekonomia e tregut ngjizen në mënyrë të efektshme, edhe njerëzit do t'u përshtaten rregullave. Sipas këtyre autorëve, vështirësitë në ndërtimin e shtetit ligjor nuk duhen parë dhe aq tek kultura se sa tek elementët e tjerë, pasi kjo e fundit formësohet gjatë procesit.

Shteti ligjor nën optikën komuniste dhe post-komuniste

Regjimet komuniste mbartnin në vetvete disa karakteristika që i bënin të ngjashme me njëra-tjetrën. Ato vuanin nga i njëjti pushtet jo demokratik, nga mungesa e lirive e të drejtave, si dhe nga dështimi i modelit ekonomik. Ashtu siç vëzhgon Ekiert-i, “pavarësisht kushteve politike dhe ekonomike në secilin vend, kolapsi i njëkohësishëm i këtyre regjimeve, përforcon argumentin që ato në bazë ishin të ngjashme” (Ekiert, 1996 fq.321). Në fillim të ecjes drejt sistemit demokratik, këto vende hasën vështirësi të mëdha, që i detyroheshin kryesisht trashëgimisë dhe pasojave të lëna nga regjimi komunist. Është interesante të vëzhgohet se në termat e ndërtimit të institucioneve dhe vendosjes së shtetit ligjor, ngjashmëritë midis tyre ishin edhe më të mëdha. Nën stalinizëm, koncepti i shtetit ligjor ishte thuar se i panjohur ose krejt ndryshe nga ai i sotmi. Kështu, në vitin 1927, presidenti i parë i Gjykatës së Lartë të Bashkimit Sovjetik shkruante: “Komunizëm nuk do të thotë fitore e ligjeve socialiste, por fitore e socializmit mbi çdo ligj.” (Linz & Stepan, 1996: 248).

Pra, koncepti i “ligjit mbi gjithçka” ishte zëvendësuar nga “socializmi mbi gjithçka”. Të gjitha parimet dhe ligjet e krijuara nën regjimin komunist, ishin tërësisht të varura dhe në funksion të misionit tij revolucionar. Në këtë mënyrë, nuk kishte hapësirë për një sistem ligjor, që mund të kufizonte apo kushtëzonte udhëheqësit dhe elitën e regjimit.

Një sistem në të cilin një lider sundon me pushtet të pakufizuar, është edhe konceptualisht e kundërta e një demokracie moderne e kushtetuese, e cila përfshin faktin që udhëheqësit politikë, shteti dhe qytetarët, të kenë rënë dakord mbi një mekanizëm kompleks rregullash vetë-kushtëzuese. (Linz & Stepan, 1996: 248)

Dekadat e shumta nën këtë lloj sundimi, lanë gjurmë të thella që ndikuan tek tranzicioni më tepër se çdo faktor tjetër. Ashtu siç theksonte Ken Jowitt pak kohë pas rënies së regjimeve komuniste europiane, “tiparet e institucioneve të reja do të formësoheshin prej trashëgimisë së dyzet viteve të sundimit të tipit leninist” (Jowitt, 1992: 285).

Një autor tjetër i post-komunizmit, Johnson-i (1995), thotë se teoria e varësisë nga e shkuara i ka rrënjët pikërisht tek teoria institucionaliste. Institucionalistët historikë thonë se institucionet janë pasoja të përplasjeve politike dhe mund t'u japin formë preferencave, ashtu siç edhe i pasqyrojnë ato. Pra institucionet perceptohen

dhe trajtohen si faktorë qëndrueshmërie, në ruajtjen e rezultateve të parashikueshme sociale e politike. (Johnson, 1995: 292).

Holmes-i gjithashtu ka nxjerrë në pah disa aspekte të prejardhjes së përbashkët të vendeve post-komuniste. Mungesa e kulturës së kompromisit është njëra prej tyre. Edhe pse shkalla e saj ndryshon sipas vendeve, mund të thuhet se kuptimi i koncepteve të konsensusit e të kompromisit në post-komunizëm ishte shumë i dobët. Kjo është një pasojë e qartë dhe e drejtpërdrejtë e tipareve të periudhës komuniste, ku pikëpamjet e kundërta nuk toleroheshin dhe konsideroheshin rrezik i madh. Por, në disa vende, elita nuk i merrte lehtë opinionet e këndvështrimet e ndryshme edhe pas komunizmit. Me disa përjashtime, shumica e tyre nuk krijoi as një strukturë rregullash për rakordimin e pozicioneve me anë të negociatave e kompromisit, siç ndodh në demokracitë liberale. Siç shprehet edhe Crawford-i mbi këtë aspekt, “shumë nga njerëzit që zëvendësuan komunistët, ishin po aq sa ata produkt i sistemit të vjetër. Pra dogmatikë, autoritarë dhe jo të prirur drejt kompromisit, qoftë nëpër ministri, parlament, universitete apo shkolla.” (Crawford, 1996: 102).

Një element tjetër që e karakterizon post-komunizmin është edhe cinizmi e mosbesimi tek institucionet politike. Në sondazhet e kryera nga Rose dhe Haerpfer (1998), mbi besimin tek institucionet në vendet ish-komuniste të Europës Qendrore, mund të vëzhgohet qartë se ka një mungesë të madhe besimi, sidomos tek parlamentet, partitë politike dhe autoritetet publike në përgjithësi. Kjo mund kishin përjetuar një ndjenjë të fortë të sindromës së ashtuquajtur “ne dhe ata”. Ky fenomen karakterizohej nga perceptimi i institucioneve si faktorë të jashtëm, çka i shtynte ata t’i kanalizinin zgjidhjet e ankesave e të çështjeve vetjake tek marrëdhëniet private e familjare, duke shmangur kështu kontaktin me institucionet, që i perceptonin si të paafta dhe të korruptuara.

Kështu, përveç ndërtimit të institucioneve të reja demokratike, politikanëve post-komunistë u duhej të ushqenin e të ndërtonin edhe një klimë besimi tek nocioni i institucioneve shtetërore, shtetit ligjor e kushtetutshmërisë. Për këto arsye, procesi i ndërtimit të institucioneve rezultoi i vështirë dhe i ngadaltë. Sindroma “ne dhe ata” në Europën post-komuniste, vazhdon të jetë e pranishme në shkallë të ndryshme. Ajo do të zhduket vetëm kur institucionet dhe praktikat demokratike, të bëhen më përfaqësuese të shoqërisë në tërësinë e vet, duke legjitimuar edhe vendosjen e shtetit ligjor.

Gjatë procesit të konsolidimit të sistemit demokratik në Shqipëri, shteti ligjor është shfaqur vazhdimisht si një nga pikat më të dobëta. Dy ishin problemet kryesore që lidheshin me vendosjen e tij. I pari kishte të bënte me respektimin e parimit të ndarjes së pushteteve, cënimi i të cilit shfaqej sidomos tek ndërhyrjet e pushtetit ekzekutiv në aktivitetet e institucioneve të tjera. I dyti ishte siguria ligjore; siguria dhe garantimi i ligjit ishte shumë i paqëndrueshëm në vitet e para të tranzicionit dhe dobësia e theksuar e institucioneve ndikonte në thellimin e mëtejshëm të kësaj situatë.

Shqipëria ishte vendi i fundit europian ku komunizmi u rrëzua dhe nuk përjetoi ngjarjet revolucionare të vitit 1989. Ndryshe nga vendet e tjera komuniste, kolapsi i totalitarizmit shqiptar shfaqti disa pasoja edhe më të thella për sa i përket shtetit ligjor. Linç-i dhe Stepën-i argumentojnë se ky i fundit nuk ekzistonte në komunizmin totalitar, ndaj në post-komunizëm duhej krijuar tërësisht nga e para. Në të nuk kishte

gatur hapësirë as për ndonjë gjysmë-opozite që mund të modelonte regjimin, e cila mund të kishte negociuar me demokratët e rinj, e po ashtu as edhe një mundësi për krijimin e një shoqërie civile e ekonomike, që të mos ishte nën ushtrimin despotik të vullnetit të "sulltanit". Kodi ligjor ishte thellësisht i politizuar dhe funksiononte si instrument për partinë dhe qëllimet e saj, por i papërputhshëm me demokracinë apo shtetin ligjor.

(...) ndërtimi i një kushtetute të re demokratike, do të jetë i vështirë për shkak të mungesës së një shoqërie politike, të një kulture kushtetuese e pasojave të krijuara nga funksionimi i mëparshëm i ligjeve. Delegimi i detyrave kryesore nga shteti tek partia dhe depërtimi i kësaj të fundit në të gjitha institucionet shoqërore e politike, e bëjnë krijimin e një burokracie të pa-politizuar një objektiv themelor, por tepër të vështirë. (Linz dhe Stepan, 1996: 62)

Pasojat që vinin për shkak të shkrirjes së publike me privaten dhe personalizimi ekstrem i pushtetit, e bëri vendosjen e shtetit ligjor një nga detyrat më delikate e më të ndërlikuara.

Ndërhyrja klienteliste dhe korrupsioni i institucioneve burokratike, kufizon efektshmërinë e legjitimitetit të tyre. Kjo vendos në krye të axhendës reformat. Por edhe politikanët e zgjedhur në mënyrë demokratike mund të vazhdojnë praktikën klienteliste për të arritur objektivat e tyre, duke vonuar krijimin e një administrate racionale e të efektshme. (Linz & Stepan, 1996: 62)

Shtetet si Polonia, Hungaria ose Sllovenia, patën regjime politike më të hapura ndaj botës perëndimore, duke vendosur më pak kushtëzime për lëvizjen dhe udhëtimet. Prania e komuniteteve të mëdha emigruese hapi shumë kanale informale dhe lehtësoi proceset e përhapjes së praktikave perëndimore." (Ekiert dhe Hanson, 2003: 39). Një nga vendet më të suksesshme në vendosjen e shtetit ligjor pas komunizmit është Hungaria. Siç vëzhgojnë dhe Linz-i e Stepan-i, tendenca drejt këtij shteti u shfaq aty gjatë dekadës së fundit të regjimit, pa u rrëzuar akoma sistemi. Kjo ndodhi sepse lloji i regjimit që sundoi atë, lejoi një shkallë të caktuar hapjeje dhe opozite.

Hungaria bëri hapa të rëndësishëm drejt përmirësimit të shtetit ligjor, sidomos drejt një strukture rregullash që nuk i përkisnin një ekonomie të komanduar, por asaj që ne e kemi quajtur shoqëri ekonomike. Në vitin 1982 u miratuan një sërë rregullash të reja, që legalizonin të drejtat e pronësisë në pjesën më të madhe të ekonomisë dytësore. (Linz dhe Stepan, 1996: 299)

Këto dallime të rëndësishme mes vendeve komuniste, ndikuan në mënyrë vendimtare edhe në formën e tranzicionit. Megjithatë, nga pikëpamja e ndërtimit të shtetit ligjor, ndikimi i elementëve të eksperiencës komuniste nuk mjafton për shpjegimin e vështirësive që hasën këto vende në fillimin e post-komunizmit. Shumë autorë kanë arritur në përfundimin se, specifikisht në rastin e konsolidimit të shtetit ligjor, roli i elitës së re politike dhe strategjia që ajo ndoqi për strukturimin institucional të sistemit të ri, formësoi edhe procesin e ndërtimit të shtetit ligjor.

Roli i elitës politike dhe i zgjedhjeve strategjike institucionale

Ashtu siç u trajtua më lart, pasojat e regjimit komunist dhe karakteristikat e tij, ndikuan në shkallë të gjerë rrugën e ndjekur gjatë tranzicionit dhe procesin e formimit të institucioneve. Edhe pse pasojat e komunizmit janë thelbësore, ato nuk janë i vetmi faktor që shpjegon trajektoret e ndryshme. Ekiert-i dhe Hanson-i argumentojnë edhe mbi një tjetër faktor shpjegues. Ata mbështesin idenë se,

(...) edhe pse kanë sfida të brendshme e presione globale të ngjashme, këto vende janë shndërruar në një mozaik shoqërisht, të ndryshme për nga ritmi i zhvillimit. Ky dallim rezultatesh e ka burimin jo vetëm tek pasojat e së shkuarës, por edhe tek zgjedhjet strategjike të aktorëve lokalë gjatë çasteve kritike të proceseve të ndryshimit. Kjo vlen më shumë për format e tranzicionit politik dhe karakteristikat e institucioneve e të shtetit ligjor, në periudhën post-komuniste. (Ekiert & Hanson, 2003: 32)

Ashtu siç thotë edhe Di Palma, në zemër të tranzicionit drejt demokracisë qëndron vullneti politik, dhe demokratizimet e suksesshme janë më tepër produkt i tij se i kushteve strukturore. Pra, në fillim të periudhës së tranzicionit, zgjedhjet e elitës politike ishin me shumë rëndësi. Henderson-i dhe Robinson-i kanë argumentuar mbi këtë pikë se “midis vitit 1991 dhe 1993, këto vende patën një peshë e presion të rëndë përse i përkiste vendim-marrjes. Për garantimin e tranzicionit drejt demokracisë, në Shqipëri kjo nënkuptonte një sërë detyrash njëherëshi.” (Henderson dhe Robinson, 1997: 219). Midis detyrave të shumta me të cilat u përball elita e re, një nga më të rëndësishmet ishte vendosja e një strukture të re ligjore dhe ndërtimi i institucioneve të pavarura. Duke kujtuar se elita politike është aktor kryesor në formësimin e institucioneve me anë të zgjedhjeve që bën, Ekiert-i thotë se “në post-komunizëm, institucionet politike duken më tepër rrjedhojë se shkak i zhvillimeve politike” (Ekiert, 1996: 94). Duke pasur parasysh rastin e Shqipërisë, ai thekson specifikisht se,

(...) politika në këtë vend ka qenë paksa e paparashikueshme; forcat reformatore kanë qenë të dobëta dhe mundësia për një krizë të thellë shumë e madhe. Të drejtat dhe liritë politike kanë qenë pak të sigurta dhe media jo plotësisht e lirë. Vende të këtij lloji, ku elita sunduese ka pasur më pak vullnet, ose aftësi, për t’ju përmbajtur strategjive dhe reformave të ndryshme, karakterizohen nga kthesa të shumta e dramatike. (Ekiert, 2003: 96)

Partia e Punës së Shqipërisë (PPSH) ishte partia e fundit komuniste që ju përgjigj valës së ndryshimit që përshkoi vendet komuniste të Europës. Për të qetësuar protestat brenda vendit, që sa vinin e rriteshin, lideri komunist Ramiz Alia nisi përshtatjen e një qasjeje disi më të moderuar. Ai synoi një reformë të butë, ndërroi personelin në disa institucione të administratës, emëroi figura që kishin një imazh të moderuar e prej reformatori, por pavarësisht kësaj protestat masive vazhduan të

riteshin, derisa u mbërrit në zgjedhjet e para pluraliste të vitit 1991. Në këto zgjedhje, partia e regjimit komunist fitoi gjerësisht. Pas zgjedhjeve, parlamenti miratoi një kushtetutë të përkohshme, “Ligji mbi provizionet kushtetuese”, e cila krijonte një figurë presidenciale me pushtet ekzekutiv, të emëruar nga parlamenti. Filloi një periudhë që solli bashkëpunimin midis forcave opozitare dhe elitës komuniste në qeverisje. Situata politike dhe institucionale u qetësua disi, por dy muaj më vonë stabiliteti rezultoi edhe më i dobët se më parë. Partia kryesore opozitare, Partia Demokratike (PD), vendosi të mos bashkëpunonte më me qeverinë dhe filloi presionin për zgjedhje të reja. Dhe kështu, në vitin 1992, ajo i fitoi zgjedhjet me një shumicë të konsiderueshme. Kryetari i kësaj partie mori postin e Presidentit të Republikës.

Cilat ishin zgjedhjet e gabuara që bëri elita shqiptare në fillimin e tranzicionit?

Duke zbatuar teorinë e përgjithshme të Ekiert-it mbi tranzicionin, duhet thënë se krijimi i sistemeve zgjedhore dhe marrëdhëniet ekzekutiv-legjislativ konsiderohet si zgjedhja institucionale më kritike. Vitet e tranzicionit, nga pikëpamja e shtetit ligjor dhe e marrëdhënieve ekzekutiv-legjislativ, u vulosën nga mënyra se si u vendosën “rregullat e lojës” e se si u modifikua kuadri ligjor. Ackerman-i teorizoi rëndësinë e të ashtuquajturit ‘*çast kushtetues*’. Sipas tij, çasti menjëherë pas revolucionit, u jep demokratëve liberalë një mundësi të veçantë, që ai quan ‘çast kushtetues’, në të cilin rrethanat janë optimale për vendosjen e bazave të rendit demokratik, duke mobilizuar gjerësisht popullsinë për mbështetjen e iniciativës kushtetuese. Afati kohor është element kyç në zgjidhjen e çështjeve kushtetuese, sepse, pasi bëhet e qartë lindja e një rendi të ri, opozita e regjimit autoritar qëndron e bashkuar për një periudhë të kufizuar kohe. Në qoftë se ky çast kushtetues kalon pa u shfrytëzuar, përsëritja e kësaj situate do të jetë shumë e vështirë. Është e vërtetë gjithashtu që mungesa e një kushtetute të re vonon edhe stabilizimin e efektshmërisë qeveritare. Nga ana praktike, nevojitet kudo ndarja e pushteteve, edhe brenda vetë ekzekutivit. Ajo duhet të jetë e konfirmuar, e përcaktuar qartë dhe të reflektojë realitetet e reja politike (Brown, 1994). Por Holmes-i thotë se, nëse suksesi kushtetues gjykohet nga shpejtësia me të cilën miraton një vend kushtetutën, atëherë Bullgaria dhe Rumania duhej të ishin vendet më të përparuara të Europës nga ana ligjore, meqë i miratuan shumë shpejt kushtetutat e tyre të reja. Pra, lidhja midis ‘çastit kushtetues’ të Ackerman-it dhe suksesit të ndërtimit të shtetit ligjor, nuk bazohet në argumente të mjaftueshme. Ndaj, më e rëndësishme për argumentimin e kësaj pike, do të ishte mënyra se si u negocioi tranzicioni institucional.

Shpjegimi i kësaj pike dhe përgjigjja e pyetjes së ngritur në titullin e këtij seksioni, do të ishin më të lehta nëse, për analizimin e vendosjes fillestare të rregullave, do të përdornim një qasje krahasuese mes Shqipërisë dhe një vendi tjetër ish komunist,

si për shembull Hungarisë. Pika kyçe për të kuptuar bazat e masave institucionale, është debati mbi strukturën ligjore dhe Kushtetutën. Gill-i pohon se:

(...) regjimet demokratike post-komuniste, e panë si të nevojshme zhdukjen e pasojave të së shkuarës, duke i zëvendësuar të gjitha rregullat e lojës politike me një sërë normash të reja, që s'kishin të bënin me komunizmin e që lidheshin direkt me regjimin e ri demokratik. Por, natyrisht, ajo çka ishte e rëndësishme, s'kish të bënte vetëm me krijimin e një kushtetute të re, por edhe me strukturën e institucioneve që do të krijoheshin. (Gill, 2002: 16)

Në këtë aspekt, duke pasur parasysh pikërisht zgjedhjet dhe ndërtimin e institucioneve ai i kategorizon vendet komuniste në gjashtë grupe të ndryshme. Sipas këtij klasifikimi, Hungaria bën pjesë në grupin e parë. Në këtë grup, ku bëjnë pjesë edhe Polonia e Republika Çeke, vendet karakterizohet nga forca të shoqërisë civile, që dalin e bëhen mjaft të fuqishme kur brenda regjimit rritet perceptimi i krizës, çka çon në përçarjen e tij. Në këtë çast, pjesa më e moderuar e më liberale e regjimit i sheh këto forca si partnerë të përshtatshëm për negociatat të rëndësishme. Negociatat dhe paktet e fillimit që çojnë në zgjedhje, i heqin regjimit të vjetër pushtetin dhe sigurojnë që negociatat e mëvonshme mbi formën e regjimit të mbizotërohen nga forcat e shoqërisë civile. Janë pikërisht ato që e formësojnë edhe produktin politik, demokracinë e qëndrueshme dhe shtetin ligjor; ndërkaq, partia komuniste që sundonte, transformohet në parti social-demokrate dhe bëhet pjesë e këtij procesi. Edhe pse shoqëria civile në Hungari ishte më e dobët se në Poloni, krahu reformist i regjimit komunist ishte më i fortë dhe elita e re u organizua shumë shpejt.

Në vendet e grupit të dytë, ku bën pjesë edhe Shqipëria, sipas klasifikimit të Gill-it, situata ndryshon.

(...) kur elita e regjimit të vjetër [në Shqipëri] perceptoi fillimin e krizës, shoqëria civile nuk ishte zhvilluar aq sa të kthehej në një partner të fortë negociues dhe s'ishte e aftë atë çast të zëvendësonte udhëheqësit komunistë. Regjimi komunist shfaqti shenja transformimi, duke shkuar me sukses drejt zgjedhjeve të para pluraliste. Ndryshe nga Bullgaria, ku aktorët politikë pranuan marrëveshjet fillestare dhe ngritën një sistem demokratik, në Shqipëri shoqëria refuzoi t'i pranonte strukturat institucionale që u ngritën në fillim të tranzicionit. Rezultati që pasoi ishte një oligarki e hapur. (Gill, 2002: 31)

Për sa i përket çështjes së kushtetutës, Stanger-i argumenton se vendet post-komuniste kishin tri zgjedhje të mundshme për kushtetutën e re: të reformonin kushtetutën e vjetër komuniste, të kishin një qasje vazhdimësie radikale, duke mbajtur shumicën e strukturës kushtetuese ose të krijonin një kushtetutë krejtësisht të re. Në të trija vendet e Europës Qendrore, aspirantët demokratë përdorën si pikënisje për institucionalizimin e demokracisë kushtetutat e trashëguara nga regjimi i vjetër (Stanger, 2003). Të gjitha institucionet i nisën reformat e brendshme duke mbajtur strukturat e vjetra dhe duke u munduar të mos trondisin gjithë sistemin. Ashtu siç

vazhdon të theksojë Stanger-i në studimin e tij për Hungarinë, “parlamenti hungarez i zgjedhur në mënyrë të lirë, e vazhdoi rrugën drejt demokracisë me të njëjtën reformë kushtetuese, ashtu siç kishin bërë paraardhësit e tyre me pak demokratikë. Ata nuk ndoqën një thyerje radikale me legalitetin e sistemit komunist.” (Stanger, 2003: 192). Vendet që kërkuan një ndarje radikale dhe të menjëhershme me strukturën institucionale e legjislative të mëparshme, përjetuan vështirësi më të mëdha në konsolidimin e shtetit ligjor.

Struktura e re ligjore dhe institucionale në Europën Qendrore u vendos me anë të negociatave e tryezave të rrumbullakta. Siç ka vëzhguar edhe Elster-i,

(...) në Poloni, Hungari dhe ish-Çekosllovakia, tranzicioni drejt demokracisë u negociua nga regjimi i vjetër komunist dhe opozita demokratike përmes bisedimeve në tryeza të rrumbullakta. Në secilin vend, transferimi i pushtetit u krye në legalitet të plotë, që do të thotë me anë të një strukture brenda ligjit ekzistues, dhe jo me anë të heqjes dorë nga gjithçka e regjimit të vjetër dhe aparatit të tij.” (Elster, 1993: 190).

Në Hungari, tryezat e rrumbullakëta me regjimin u zhvilluan midis qershorit dhe shtatorit të vitit 1989. Ato prodhuan rregullat bazë për sistemin e ri politik. Rezultati ishte mirëkuptimi i palëve për ndryshimin kushtetues. Në prill të vitit 1990, dy partitë më të mëdha të asaj kohe, Forumi Demokratik hungarez (konservativ) dhe Aleanca e Demokratëve të Lirë (liberal), firmosën marrëveshjen mbi një pakt për ndryshimet e kushtetutës.

Shqipëria në këtë periudhë kohe karakterizohej nga një mungesë e konsiderueshme e ndjenjës së kompromisit dhe negociatave. Në zgjedhjet e para pluraliste të vitit 1991, fitoi Partia e Punës së Shqipërisë dhe mandatin e mori një qeveri e përbërë nga reformistët. Ky duhej të kishte qenë momenti kyç për nisjen e negociatave mbi Kushtetutën dhe ndërtimin e institucioneve, por opozita vendosi të mos merrte pjesë.

Opozita denoncoi dhe ngriti zërin për zgjedhje të parregullta (ankesa të pakonfirmuara nga vëzhguesit ndërkombëtarë), refuzoi të bashkëpunonte me qeverinë dhe kundërshtoi draftin kushtetues, që iu paraqit parlamentit në prill të vitit 1991. Por parlamenti miratoi ndryshime kushtetuese të përkohshme, të cilat vendosnin një presidencë ekzekutive të zgjedhur nga dy të tretat e shumicës së parlamentit. (Gill, 2002: 34)

Natyrisht, edhe ndaj procesit të ndryshimit të Kushtetutës në Hungari ka disa kritika. Ato fokusohen kryesisht tek fakti që ai ka mangësi në legjitimitetin e tij, për shkak se nuk u votua nga parlamenti apo nuk u ratifikua përmes një referendumi, por bë me një pakt të lidhur nga partitë e mëdha në tryezat e rrumbullakëta. Gjatë këtij procesi, Hungaria adoptoi metodën e njohur gjermane të formulës së votës konstruktive të konfidencës, e cila ndihmon në shmangien e paqëndrueshmërisë së qeverisë, sepse një mocioni i votëbesimit quhet i vlefshëm vetëm nëse ekziston një shumicë për një qeveri tjetër. Hungaria krijoi gjithashtu edhe një Gjykatë Kushtetuese të fortë, e cila, siç do të shohim, vuri nën kontroll tendencat e qeverisë për abuzimin me shumicën dhe ndërhyrjen tek institucionet e pavarura.

Është për t'u theksuar fakti se procesi konsensual i ndryshimit të Kushtetutës,

shmangu ndjesinë e imponimit të shumicës. Pikërisht ky element shkaktoi disa probleme në Bullgari dhe Rumani, duke vënë në pikëpyetje legjitimitetin e Kushtetutës. Qasja konsensuale është pjesa e munguar e tranzicionit shqiptar, e po ashtu edhe një tipar që i mungon ende sistemit tonë si element strukturor. Ndryshimet e Kushtetutës Shqiptare të vitit 1991, u bënë pa pjesëmarrjen e opozitës, pas vendimit të saj për të braktisur tryezën dhe bashkëpunimin me qeverinë. Zgjedhja e parë e gabuar u bë, pra, nga reformistët e elitës komuniste, të cilët vazhduan me procesin e ndryshimeve edhe pas ikjes së opozitës. Ashtu siç thekson edhe Stanger-i,

(...) kush kryen aktet e para të demokratizimit, nuk duhet të jenë me patjetër ata që ishin katalizatorët e tij në fillim. Cinizmi i masave për ligjin dhe ndërtuesit e tij, është karakteristikë e regjimeve autoritare, por është një zhvillim i pashëndetshëm për vendet që synojnë ndërtimin e shtetit ligjor. Një pjesë e këtij cinizmi u prodhuar patjetër nga abuzimi pesëdhjetë vjeçar i sistemit komunist me sistemin ligjor, por është gjithashtu edhe pasojë e faktit që procesi i hartimit të Kushtetutës degjeneroi në politikë të zakonshme. (Stanger, 2003: 203)

Rruga që u ndoq gjatë këtij procesi, përhapri tek masat një ndjenjë cinizmi dhe një mungesë të theksuar legjitimiteti për opozitën. Kjo krijoi bazën për atë çka Holmes-i dhe Sunstein-i e përkufizojnë si problemin më të madh për vendosjen e shtetit ligjor. Ata argumentojnë se kjo situatë i lë aktorët politikë pa zgjedhje, përveç pranimi të një procesi tepër të politizuar, ku politika e përditshme është pjesë e krizës kushtetuese. Kjo situatë sjell shumë pasoja të padëshiruara, sidomos për shtetin ligjor (Holmes dhe Sunstein, 1995). Pra, elementi kyç ishte legjitimiteti i procesit me anë të konsensusit. Ashtu siç thekson edhe Mandelbaum-i mbi ndryshimet institucionale në vendet e tranzicionit: “ajo çka dallon vendet e suksesshme nga tranzicionet e dështuara, nuk është efektiviteti i shtetit, por legjitimiteti i tij.” (Mandelbaum, 1996: 15)

Pas eksperiencës së parë të zgjedhjeve institucionale në momentin e konsolidimit demokratik, politika shqiptare u formësua në vazhdimësi me tipare jo konsensuale. Që nga kjo kohë, sa herë që qeveritë kanë nevojë të ndërmarrin reforma të rëndësishme institucionale, partia opozitare refuzon bashkëpunimin dhe pjesëmarrjen. Opozita e konsideron veten të dobët për të hyrë në negociata ku qeveria do ketë patjetër shumicën e fuqisë. Asaj i shtohet edhe ndjenja e paragjykitimit dhe e mosbesimit. Pra, duke e ditur se në lojën negociuese i duhet të japë më shumë seç do të marrë, opozita vendos të tërhiqet, duke e vërtitur gjithë procesin në një mungesë legjitimiteti.

I formësuar pikërisht në këtë fazë fillestare, pushteti i Partisë Demokratike, e cila fitoi zgjedhjet e vitit 1992, vazhdoi në të njëjtën rrugë delegjitimiteti, duke krijuar institucione që nuk dilnin nga negociatat midis palëve e që ishin në anën e pushtetit. Mund të kujtojmë këtu sipërmarrjen e njëanshme të vitit 1994, kur, duke punësuar juristë vendas dhe të huaj, filloi hartimi i një varianti përfundimtar të Kushtetutës. Qëllimi kryesor ishte të zgjidheshin problemet e brendshme dhe të përforcohej pushteti i shumicës. Kjo u pa gjithashtu edhe si e vetmja mënyrë për të shmangur konfliktet ndër-institucionale. Drafti synonte krijimin e një presidencia të fortë, që do të asgjësonte vështirësitë e lindura nga qëndrimi pengues i opozitës në parlament. Për anashkalimin e parlamentit, Presidenti do të kishte një asamble

kushtetuese të zgjedhur nga ai, e cila do të mbështeste dekretet e tij. Kjo, meqë balanca dhe ndarja e pushteteve do të mungonte, do t'i jepte atij një pushtet personal, që nuk ekzistonte në asnjë vend demokratik. Ky projekt synonte krijimin e një presidencia të fortë, që do t'i garantonte asaj kontrollin mbi pjesën më të madhe të institucioneve. Pjesa institucionale që prekej më shumë, për shkak të marrjes së kompetencave për emërimin dhe shkarkimin e shumicës së krerëve më të lartë, ishte sistemi i drejtësisë. Kjo lloj lëvizje reflekton natyrshëm dinamikën që ndoqën elitat e reja në kuadrin e tranzicionit. Ashtu siç shprehet edhe Kitschelt-i, “forcat mbizotëruese gjatë tranzicionit, mundohen t'i sigurojnë e garantojnë përparësitë e fillimit me anë të krijimit të institucioneve që u rrisin mundësitë për të arritur objektivat e rëndësishme, si për shembull fitorja dhe mbajtja e pushtetit politik” (Kitschelt, 1999: 32). Kjo ishte edhe strategjia e ndjekur nga forca politike shqiptare që kishte pushtetin në fillim të tranzicionit. Rezultat i këtij procesi ishte personalizimi i lartë i politikës dhe i institucioneve të pavarura, që pengonte përpjekjet për krijimin e bazave të shtetit ligjor. Është e vërtetë që procesi i ndërtimit të institucioneve duhej të ish udhëhequr nga elitat, por për të konsoliduar shtetin ligjor, “elitës politike i duhej t'i harronte përparësitë e veta afatshkurtra, në këmbim të atyre afatgjata, që vijnë nga drejtimi i një shoqërie të zhvilluar më pas. Konsolidimi i shteti ligjor është shumë i vështirë, pasi transparencë e qeverisjes nuk do të thotë vetëm administratë e ndershme, por edhe institucione që funksionojnë” (Mandelbaum, 1996: 70).

Disa nga kapitujt e draftit kushtetues përcaktonin se presidenti do të kishte pushtetin e propozimit të gjykatësve të Gjykatës së Lartë dhe Gjykatës Kushtetuese. “Ndërhyrja në punët dhe kompetencat e gjyqësorit ishte e theksuar, sidomos kur lideri i shumicës u përfshi në një betejë të zgjatur me gjykatësin që drejtonte Gjykatën e Lartë, menjëherë pas dështimit të referendumit.” (Henderson & Robinson, 1997: 349). Ky draft cënonte pothuaj çdo karakteristikë të shtetit ligjor. Ashtu siç vëzhgonin studiuesit në atë periudhë, “ajo çka ishte edhe më alarmante, kishte të bënte me tendencën e liderit të shumicës për të ndryshuar rregullat e lojës, kur ato nuk i përshtateshin më.” (Henderson & Robinson, 1997: 349).

Procesi i përpunimit të draftit kushtetues u bë nga disa ekspertë të huaj dhe nga anëtarë të partisë në pushtet. Ai ngriti dyshime mbi legjitimitetin e tij. Opozita, duke ndjekur rrugën e mos-bashkëpunimit, nuk mori pjesë. Ngaqë shumica nuk i kishte në Parlament dy të tretat e votave të nevojshme për ndryshimin e kushtetutës, në nëntor të vitit 1994 u organizua referendum. Votimet për referendumin, të cilat e hodhën poshtë projektin, i dhanë një sinjal të qartë presidentit.

Ashtu siç ndodhi edhe në 1991-shin, edhe kjo përpjekje për të reformuar institucionet u karakterizua nga mungesa e legjitimitetit. Të gjitha përpjekjet për ristrukturimin e rregullave në fillim të tranzicionit, aktorët politikë, qeveritarët, i bënë për të rritur përparësitë e tyre. Gjatë viteve të para të tranzicionit e të përpjekjeve për reforma, Shqipërisë i mungonte edhe një faktor tjetër shumë i rëndësishëm: organizimi i shoqërisë civile ose i formave të tjera institucionale, që do të ndihmonin në mbajtjen e politikës brenda kufijve të shtetit ligjor. Në studimin e tyre krahasues, Henderson-i dhe Robinson-i e theksojnë këtë pikë, duke sjellë shembujt e Sllovakisë dhe të Shqipërisë. Ata theksojnë se:

(...) shkalla në të cilën procesi politik u udhëhoq prej kushtetutave dhe rregullave, ishte themelore. Sado i zbehtë të ishte kontestimi politik në Sllovaki, ai bëhej brenda strukturës kushtetuese dhe pushteti i kryeministrit ishte i kufizuar. Shembull ishin ligjet që s'miratoreshin parlamenti ose ushtrimi i pushtetit kushtetues të presidentit, në mosmiratimin e atyre ambasadorëve të propozuar prej qeverisë që ai i quante të papërshtatshëm. Gjithsesi, në Shqipëri përmbajtja e ligjeve zgjedhore të vendit është dytësore, pasi parregullsitë e konfirmuan vetë standardet e zgjedhjeve të vitit 1996. (Henderson & Anderson, 1997: 175)

Siç argumenton edhe Pridham-i për kontrollin e politikës, “në Hungari ka pasur gjithmonë një vëmendje të madhe tek sistemi i kontrollit e i balancës mbi demokracinë pjesëmarrëse, duke përfshirë në vendim-marrjen e hartimit të kushtetutës edhe pjesëmarrjen e një shoqërie civile të organizuar.” (Pridham, 2001: 176). Rasti i Hungarisë na tregon se kur format plotësuese organizohen, ngrihen dhe stabilizojnë jetën politike e sociale, demokracitë e reja mund të fillojnë procesin e vetë-transformimit, madje edhe kur kushtetutat e reja vonojnë. Aktivizmi i Gjykatës Kushtetuese hungareze duket se e ka kryer këtë funksion në mënyrë të suksesshme. Ajo fitoi menjëherë një prestigj dhe respekt të gjerë nga opinioni publik. Pa gjallërinë stabilizuese të kësaj gjykate, zhvillimi i shtetit ligjor dhe i demokracisë hungareze mund të kishte marrë një rrugë tjetër. (Stanger, 2003). Rregullat kushtetuese aktuale hungareze, i japin rol dhe përgjegjësi në mënyrë të theksuar pikërisht Gjykatës Kushtetuese, e cila vendos sa herë që ambiguiteti dhe dyshimet krijojnë debat. Duke vëzhguar këtë dinamikë, studiuesit kanë arritur në përfundimin e përgjithshëm se Gjykata Kushtetuese hungareze është e përgatitur për këtë detyrë të rëndësishme. Ashtu siç shkruan edhe Brown-i, “Kushtetutat, sado të mira të jenë, kanë nevojë të interpretohen; për këtë arsye, gjykatat kushtetuese janë shumë të rëndësishme. Rëndësia e këtyre institucioneve është tepër e madh për vendet post-komuniste. Në rastin e Hungarisë, Gjykata Kushtetuese u bë një aktor kyç në jetën publike” (Brown, 1994: 5). Pridham-i sjell një shembull tjetër mbi rëndësinë e rolit të Gjykatës Kushtetuese në Hungari, i cili lidhet me zgjedhjet e sistemit. “Marrëdhënia midis një qeverie të fortë dhe një presidenti të dobët, u finalizua nga Gjykata Kushtetuese me një seri vendimesh në mandatin e parë parlamentar (1990-1994), gjë që i pruri këtij institucioni fitimin e prestigjit.” (Pridham, 2001: 159).

Në Shqipëri, një institucion me një pushtet të tillë kontrolli e balance mungonte. Në vend të Gjykatës Kushtetuese ishte një Gjykatë e Lartë, e cila filloi konfliktin me Presidentin kryesisht pas zgjedhjeve të vitit 1996. Megjithatë, Gjykata nuk kishte fuqi dhe kompetenca të mjaftueshme dhe roli i saj nuk mund të krahasohej nga pikëpamja e pushtetit dhe e profesionalizmit me Gjykatën Kushtetuese hungareze.

Pra, siç e theksonte edhe Gill-i, sistemi që lindi në Shqipëri ishte më tepër një oligarki e hapur se demokraci. Kjo u shoqërua më dështimin e marrëveshjes mbi rregullat politike demokratike, duke e shndërruar dhe formësuar luftën politike në e si oligarkike dhe jo demokratike. Cikli i braktisjeve të tryezave, vazhdoi edhe pas kolapsit të shtetit në 1997. Që prej vitit 1998, Shqipëria ka një kushtetutë të re, e cila u hartuar sipas modeleve perëndimore, me ndihmën e komisionit të Venecias.

Edhe pse ky dokument kishte nevojë për përmirësime të mëtejshme dhe përshtatje me mjedisin shqiptar, ai ofronte bazat për konsolidimin e shtetit ligjor e të strukturës institucionale. Nga pikëpamja dhe qasja e këtij studimi, problemi më i madh me kushtetutën e re ishte i njëjti me të gjithë proceset e tjera hartuese të së shkuarës. Kjo kushtetutë nuk ishte hartuar dhe miratuar në proces konsensual, pra i mungonte legjitimiteti. Opozita e re nuk mori pjesë në punën përgatitore dhe konsultative për hartimin e dokumentit. Pa konsensusin e opozitës, drafti përfundimtar u votua në referendumin popullor të 22 nëntorit 1998.

Edhe pse lideri i opozitës bëri thirrje të vazhdueshme për bojkot, popullsia e ratifikoi kushtetutën e re në referendumin e 22 nëntorit. Partia Demokratike vazhdoi njëkohësisht edhe bojkotin e parlamentit. Këto aksione pasqyronin vazhdimësinë e natyrës konfliktuale të politikës shqiptare dhe faktin që udhëheqësit politikë nuk e ndjenin veten të kushtëzuar nga ligji dhe rregullat, që e bëjnë funksionues një sistem demokratik. (Gill, 2002: 35)

Duke iu referuar ecurisë në vitet e para të tranzicionit, Henderson-i dhe Robinson-i kanë vlerësuar se “çfarëdo suksesi relativ të arrijë Shqipëria në kontrollin e konflikteve kombëtare dhe fillimin e rindërtimit ekonomik, ajo ka dështuar deri tani në detyrën kryesore të krijimit të institucioneve demokratike dhe shtetit ligjor” (Henderson & Robinson, 1997: 350).

Përfundime

Pesha dhe trashëgimia komuniste që mbartnin mbi ‘supe’ vendet ish-komuniste në fillim të viteve ’80, solli ngadalësimin e hapave të tyre drejt një demokracie kushtetuese. Elementët bazë të demokracisë, lirisë dhe shtetit ligjor kishin munguar për shumë dekada me radhë dhe kjo e vështirësonte shumë procesin e tranzicionit. Gjithashtu, konsolidimi i një kulture politike jo konsensuale, i bënte edhe më problematike fazat e para të tranzicionit. Përtej pengesave që krijoheshin nga faktorët e sipërpërmendur, zgjedhjet strategjike të elitës së re mund të shpjegojnë edhe trajtat që mori tranzicioni në vende të ndryshme. Në vende si Hungaria, elitat i negociuan strukturat e rregullave ku do bazohej sistemi i ri me anë të tryezave të rrumbullakëta, duke legjitimuar që në fillim rregulla të përbashkëta. Në Shqipëri, mbizotëroi tendenca e maksimizimit dhe e ruajtjes së pushtetit personal, dhe partitë nuk arritën të gjenin një mundësi konsensusi. Kjo solli delegjitimitetin e strukturave e të institucioneve që u krijuan më pas, duke e vështirësuar edhe më tej procesin e ndërtimit të shtetit ligjor.

Natyra e fillimit të tranzicionit ndikoi dhe formësoi në mënyrë të ndjeshme gjendjen institucionale dhe ligjore. Ky ndikim u shtri dhe po shtrihet edhe në dekadën e dytë të tranzicionit. Zgjedhjet institucionale të bëra në fillimet e tranzicionit, duket se kanë pasur ndikim të rëndësishëm në etapat e tjera të tranzicionit, pasi ato, bashkë me konfliktet që prunë, krijuan mangësi strukturore në mënyrën e ndërtimit të elementëve institucionalë dhe legjislativë që i nevojiten Shqipërisë.

Në këtë pikë, është vështirë që ky proces të vazhdojë të shpjegohet akoma me

pasoja të komunizmit. Ashtu siç argumenton edhe Rupnik-u (1999), dhjetë vite pas kolapsit të perandorisë sovjetike, një gjë është e qartë: fjala post-komunizëm e ka humbur kuptimin e vet. Fakti që Hungaria dhe Shqipëria, Republika e Çekë dhe Bjellorusia, ose Polonia e Kazakistanit kanë ndarë të njëjtën të kaluar komuniste, shpjegon shumë pak mbi drejtimit që kanë marrë këto vende qysh atëherë. Tanimë, për të shpjeguar drejtimin që ato ndjekin, mbase nuk duhet studiuar më ndikimi i komunizmit, por ai i tranzicionit, meqë shumë nga tiparet që i karakterizojnë, u formësuan në fillimet e këtij procesi të tejzgatur.

Bibliografia

- Atkinson, K. M. T. (1965). *Reflections on the Roman Rule of Law*. Belfast: Marjory Boyd.
- Bellamy, R. (2005). *The Rule of Law and the Separation of Powers*. Hants: Dartmouth Publishing Company.
- Brown, J. F. (1994). *Hopes and shadows. Eastern Europe after communism*. Essex: Longman Group.
- Craig, P. (1997). "Formal and substantive conceptions of the Rule of Law: An Analytical framework, Public Law", Bellamy, R. (2005) *The Rule of Law and the Separation of Powers* (p. 77-94). Hants: Dartmouth Publishing Company.
- De Soto, H. (2000). *The mystery of capital*. London: Transworld Publishers.
- Dworkin, R. (1986). *Law's empire*. Oxford: Hart Publishing.
- Ekiert, G. (2003). "Patterns of Postcommunist transformation in Central and Eastern Europe", Ekiert, G. & Hanson, S. E. (eds.) *Capitalism and Democracy in Central and Eastern Europe* (p. 89-119). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ekiert, G. & Hanson, S. E. (2003). *Time, Space, and Institutional Change in Central and Eastern Europe*, Ekiert, G. and Hanson, S. E. (eds) *Capitalism and Democracy in Central and Eastern Europe*, (pp 15-48). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ekiert, G. (1996). *The State against Society. Political crises and their aftermath in East Central Europe*. Princeton: Princeton University Press.
- Friedmann, W. (1971). *The State and the Rule of Law in a mixed economy*. London: Stevens & Sons Ltd.
- Fowkes, B. (1999). *The Post-Communist Era. Change and Continuity in Eastern Europe*. London: MacMillan Press Ltd.
- Gill, G. (2002). *Democracy and post-communism: political change in post-communist world*. London: Routledge.
- Hayek, F. A. (1956). "Freedom and the Rule of Law, Listener", Bellamy, R. (2005) *The Rule of Law and the Separation of Powers* (p. 147-156). Hants: Dartmouth Publishing Company.
- Hayek, F. A. (1944). *The road to serfdom*. London, George Routledge & Sons LTD.
- Henderson, K. & Robinson, N. (1997). *Post-Communist politics. An introduction*. Hertfordshire: Prentice Hall Europe.
- Holmes, L. (1997). *Post-communism, an introduction*, Oxford: Polity Press.
- Johnson, J. (2003). "Past" dependence or Path contingency? Institutional design in postcommunist financial system". Ekiert, G. and Hanson, S. E. (eds) *Capitalism and Democracy in Central and Eastern Europe* (p.289-316). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kirchheimer, O. & Neumann, F. (1987). *Social Democracy and the Rule of Law*. London:

- Allen & Unwin.
- Kitschelt, H. (1999). *Post-communist party systems: competition, representation, and inter-party cooperation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Klingsberg, E. (1993). "Hungary: Safeguarding the transition". *East European Constitutional Review*, 2 (2): 44-48.
- Kriegel, B. (1995) *The State and the Rule of Law*. Princeton: Princeton University Press.
- Krygier, M. and Czarnota, A. (1999). *The Rule of Law after Communism. Problems and Prospects in East-Central Europe*. Hants: Dartmouth Publishing Company Ltd.
- Linz, J. and Stepan, A. (1996). *Problems of democratic consolidation*. London: John Hopkins University Press.
- MacCormick, N. (2005). *Rhetoric and the Rule of Law*. Oxford: Oxford University Press.
- Mandelbaum, M. (1996). *Postcommunism. Four perspectives*. New York: Council on Foreign Relations Inc.
- Mandelbaum, M. (1996). Cultural legacies or State collapse? In Mandelbaum, M. (eds.) *Postcommunism. Four perspectives* (p.22-76). New York: Council on Foreign Relations Inc.
- Pridham Geoffrey, Agh, A. (2001). *Prospects for democratic consolidation in East-Central Europe*. Manchester: Manchester University Press.
- Raz, J. (1977). *The Rule of Law and its virtue*, Law Quarterly Review, 93, in Bellamy, R. (2005) *The Rule of Law and the Separation of Powers* (p. 77-94). Hants: Dartmouth Publishing Company.
- Rose, R. & Haerpfer, C. (1998). *Democracy and its alternatives: Understanding post-communist societies*. Cambridge: Polity Press.
- Rupnik, J. (1999, January). The postcommunist divide. *Journal of Democracy*, 10 (1): 57-62. The John Hopkins University Press. (online) Available from: http://muse.jhu.edu/journals/journal_of_democracy/v010/10.1rupnik.html

“Në emër të popullit”: Populizmi në letërkëmbimin e Ismail Kadaresë me Ramiz Alinë në vitin 1990

— Enis Sulstarova* —

Abstrakt

Artikulli hulumton logjikën populiste në letërkëmbimin midis shkrimtarit Ismail Kadare dhe Sekretarit të Parë të PPSH, Ramiz Alisë, gjatë vitit 1990. Letrat janë shkruar në prag të shpërthimit të lëvizjes demokratike dhe janë një dëshmi e ndarjes që po ndodhte midis udhëheqjes së Partisë dhe intelektualëve reformistë. Me përpjekjen e Kadaresë për t’u shfaqur si zëri përfaqësues i intelektualëve dhe i popullit përballë pushtetit të Partisë, delegjitimohej pozita e kësaj e fundit si udhëheqëse e masave.

Hyrje

Është e mundur që populli shqiptar të ketë humbur sensin dhe bonsensin politik, sa të bëjë akuza të kota, me fjalë të tjera, të urrejë pa arsye dhe të dojë pa arsye? Unë mendoj se ky popull e ka ende këtë sens dhe se ai e di kë do, siç e di gjithashtu se kë nuk do.

Ismail Kadare, nga letra drejtuar Ramiz Alisë, 3 maj 1990

Në këtë artikull ndërmerret një analizë e letërkëmbimit të vitit 1990, midis shkrimtarit Ismail Kadare dhe Ramiz Alisë, ish-udhëheqësit komunist, me qëllim ilustrimin e logjikës populiste në formën e tij të kulluar. Në atë vit, si pasojë e koniunkturës ndërkombëtare krijuar pas rënies së Murit të Berlinit dhe krizës së rëndë ekonomike brenda vendit, po jepeshin shenja se do të ndërmerreshin hapa drejt demokratizimit të pushtetit diktatorial. Çështja ishte nëse “demokratizimi” do të qe një reformim i komanduar nga Partia e Punës që *do të*

* Enis Sulstarova është diplomuar për sociologji pranë Middle East Technical University në Ankara të Turqisë, ku edhe ka kryer një master për shkenca politike. Ka fituar gradën Doktor në Sociologji në Universitetin e Tiranës dhe është pedagog pranë Departamentit të Sociologjisë së këtij universiteti.

ruante sistemin monist, apo një revolucion popullor *kundër* monizmit. Mendoj se ky letërkëmbim është një rast i dobishëm për studimin e logjikës populiste, sepse ai ndodhi në një moment tranzicioni, kur Partia luante zyrtarisht rolin e udhëheqëses së masave punonjëse dhe Shqipëria nuk kishte kaluar ende në pluralizmin partiak, i cili nënkupton pluralizmin e interesave dhe pikëpamjeve. Rrjedhimisht, argumentimi nga Kadareja i kërkesave popullore për demokraci, nuk kishte si të bëhej ndryshe veçse duke iu referuar “popullit”, duke konkurruar kështu me rolin që pretendohet se ishte monopol i Partisë. Në këtë aspekt, ai shfaqet në rolin e intelektualit publik, i cili kërkon forcimin e solidaritetit shoqëror rreth ideve universale, moralit publik dhe së vërtetës. Këtë pozitë pretendohet se e mbante Partia, por pikërisht dalja në skenë e zërave alternativë të intelektualëve, ishte një shenjë që dëshmonte se ajo po e humbiste legjimitetin e përfaqësimit të popullit e vetme. Gjithsesi, në rastin tonë, kemi të bëjmë me një letërkëmbim privat, ku diskutohen çështje publike, i cili shndërrohet në harkun kohor të disa muajve, në një shpallje publike të rebelizmit intelektual ndaj Partisë. Përpara se të shqyrtoj letrat, do të shpjegoj së pari se ç’kuptoj në këtë artikull me konceptin “populizëm”.

Populizmi

Me “populizëm” zakonisht kuptohet një ligjërimit politik që ushtrohet në emër të “popullit”. Po të shkojmë më thellë se ky përkufizim i thjeshtë, do të shohim se ka një mosmarrëveshje lidhur me atë çka përfaqëson ai. Nga shumë veta, përbuzet si një strategji në dukje gjithëpërfshirëse, por në realitet mashtruese, e politikanëve demagogë që synojnë fitoren e pushtetit në emër të popullit; pra shihet si një formë patologjike e politikës, si një korrupsion i idealeve demokratike. Mirëpo pyetja që ngrihet këtu, është se kush e vendos që një politikë e caktuar është e “shëndoshë” dhe “e ndershme”, kurse një tjetër “populiste” dhe “oportuniste”? Siç vëren Ralf Dahrendorf-i, “populizmi i dikujt është demokraci për dikë tjetër dhe anasjelltas” (cit. te Mudde, 2004: 543). Shumica e studiuesve që shqyrtojnë përbërjen shoqërore dhe qëllimet e partive e lëvizjeve populiste, e klasifikojnë populizmin si ideologji të djathtë, por ka edhe nga ata që e vendosin majtas, si për shembull në rastin e lëvizjeve dhe partive komuniste. Të tjerë, grupojnë nën këtë kategori lëvizjet masive pa një program të shtjelluar, që s’mund t’i klasifikojnë në asnjërën prej dy anëve të spektrit politik. Kohët e fundit, midis studiuesve po fiton terren një tjetër qasje ndaj populizmit, e cila nuk nisët nga baza shoqërore, programi ose votuesit, por nga logjika e tij bazë: nga antagonizmi i dy njësive homogjene: “popullit të ndershmë” dhe “elitës së korruptuar”. Populizmi arsyeton se politika duhet të jetë shprehje e vullnetit të përgjithshëm të popullit. Si ideologji që vepron “në emër të popullit”, ai ka dy kundërshtarë: elitizmin dhe pluralizmin. Elitizmi është e kundërta e populizmit, sepse, pavarësisht se ruan logjikën antagoniste “popull” - “elitë”, arsyeton që politika duhet të shprehë pikëpamjet e elitës morale dhe jo të popullit amoral. Ndërsa pluralizmi e refuzon homogjenitetin e populizmit dhe elitizmit, ngaqë e sheh shoqërinë si një grumbull heterogjen grupesh dhe individësh, që kanë pikëpamje

dhe interesa të ndryshme (*ibid.*: 543-544). Populizmi konsiderohet si ideologji “e cekët”, sepse nuk ka qëndrueshmërinë dhe finesën e ideologjive të tjera, si socializmi dhe liberalizmi; i vetëm, ai s’mund të formojë program për zgjidhjen e problemeve të ndryshme politike. E, meqë është më shumë një ideologji *morale* se programore, e gjejmë të kombinuar me ideologji të tjera “të plota”, si socializmi, liberalizmi, fashizmi, etj. (*ibid.*: 544; Stanley, 2008).

Brenda kësaj qasjeje, një studim të rëndësishëm të populizmit ka kryer teoricieni i politikës Ernesto Laclau. Sipas tij, ligjërimi populist përbëhet nga kundërvënia e interesave të një kolektivi identifikuar si “populli”, ndaj një “elite” që, me veprimet apo mosveprimet e saj, është antagonistë me të. Nuk ka vetëm një bartës apo agjent historik të populizmit, sepse ligjërimet populiste mund të nisin nga *çdo* pozitë në strukturën shoqërore. Që ai të zhvillohet, nevojitet që, pavarësisht nga pozita fillestare e artikullimit të “popullit”, ky i fundit të jetë i aftë të përmbledhë në vetvete një sërë kërkesash të grupeve të ndryshme, që janë të pakënaqura me mënyrën se si po venë gjërat. Këtë çast Laclau e shpjegon me anë të “logjikës së diferencës” dhe “logjikës së barazvlerës”. Logjika e diferencës lidhet me situatën kur një rregullim apo strukturim institucional ka aftësinë t’i adresojë kërkesat e shoqërisë në mënyrë të diferencuar, pra të krijojë mundësinë që çdo shtresë apo grupim shoqëror të plotësojë, apo të përpiqet të plotësojë, nevojat e veta, që i sheh si *të vetat*. Në këtë mënyrë, kërkesat e secilit grup apo shtresë, mbeten të veçuara nga kërkesat e shtresave e grupeve të tjera. Laclau thotë: “në rastin e një ligjërimi institucional (...) diferencimi pretendon të jetë e vetmja barazvlerë: të gjitha diferencat konsiderohen si të barazvlefshme brenda një tërësie më të gjerë” (Laclau, 2005: 81-82). Kur rregullimi institucional i dhënë nuk i plotëson për një kohë të gjatë kërkesat e shoqërisë, atëherë këto të fundit organizohen mes tyre për t’iu kundërvënë “elitës”, të cilën grupet dhe shtresat e ndryshme e konsiderojnë si pengesë për plotësimin e kërkesave të tyre. Organizimi i kërkesave të ndryshme kërkon një artikullim hegjemonik, me anë të cilit njëra prej tyre kthehet në shenjuese të të gjithë të tjerave, por pa e humbur individualitetin e vet. Këtë Laclau e quan logjikë të barazvlerës, sepse një shenjues kthehet i barazvlefshëm me secilën prej kërkesave shoqërore (*ibid.*: 73-74), si për shembull rasti i “klasës punëtore”, e cila u bë sinonim i gjithë shoqërisë në ligjërimet e lëvizjeve komuniste. Kur logjika e barazvlerës mposht logjikën e diferencës, lind populizmi, sepse krijohet “populli” kundër “elitës”: “Në rastin e populizmit (...) ka një pjesë që e identifikon veten me të tërën” (*ibid.*: 82).

Logjika formale e barazvlerës që propozon Laclau për të shpjeguar formimin e populizmit, ka nevojë për t’u plotësuar nga ndërhyrja e agjentit politik, sepse thjesht përvojat e bashkëndara të pakënaqësisë me rregullimin ekzistues institucional, nuk garantojnë që do të gjejnë shprehje në solidaritetin shoqëror. Me fjalë të tjera, që grupet e ndryshme ta shohin veten si “popull”, duhet që dikush t’i interpretojë pakënaqësitë e tyre si “vuajtje të popullit”. Prandaj populizmi duhet kuptuar si “ideologji e artikuluar nga agjentët politikë, që përpiqen të mobilizojnë ‘popullin’” (Stanley, 2008: 98). Në bërthamën e vet, logjikën e ideologjisë populiste e formojnë këto koncepte: (1) ekzistenca e dy njësive homogjene të analizës, “populli” dhe “elita”; (2) marrëdhënia antagonistë midis popullit dhe elitës; (3) ideja e sovranitetit

popullor; (4) vlerësimi pozitiv i “popullit” dhe denigrimi i “elitës” (*ibid.*: 102). Këto koncepte mund të kombinohen me të tjera koncepte, për t’u bërë pjesë e ideologjive më të plota moderne.

Besoj se tashmë e kemi një strategji kërkimore për të hulumtuar formimin e logjikës populiste në dyja letrat që Kadareja i dërgon Alisë më 1990-n. Më poshtë do të argumentoj se, në prag të Lëvizjes së Dhjetorit, Kadareja ndërmerr një analizë populiste të situatës politike. Por përpara se të kalojmë tek letrat, na duhet të sqarojmë një problem të fundit. Sipas shtjellimit që i bëmë më sipër populizmit, ai mund të artikullohet edhe nga një person i vetëm, që e sheh veten, qoftë edhe përkohësisht, si përfaqësues të “popullit” dhe interpretues i pakënaqësive të tij. Megjithatë, që marrësi i kumtit të jetë “populli”, nevojitet një artikulum publik, pra një thirrje drejtuar “popullit”, ose së paku një letër publike drejtuar kreut të Partisë dhe shtetit, apo deklaratë si ajo që Kadareja botoi me rastin e arratisjes në Francë, në tetor 1990 (Kadare, 2005: 51-54). Në rastin tonë kemi të bëjmë me një letërkëmbim midis dy personave, ku mendimet e tyre shfaqen në mënyrë konfidenciale, paçka se në pjesën më të madhe ai zhvillohet me ton zyrtar dhe trajton çështje publike. Në kohën kur u zhvillua, letërkëmbimi nuk pati efekte mbi grupe të caktuara apo mbi popullin, sepse nuk u bë publik. Në kohën kur u botua si pjesë e librit të Kadaresë *Nga një dhjetor në tjetrit*, ngjarjet politike në Shqipëri kishin ndryshuar dhe populizmi, për shkak të antagonizmit të lëvizjes demokratike kundër partisë-shtet, kishte marrë pamje të plotë.

Prej natyrës së teksteve në shqyrtim, theksova qysh në krye se artikulli ka si objekt hulumtimin e shfaqjes e të zhvillimit të logjikës populiste në letrat e Kadaresë, dhe jo ideologjinë populiste, sepse kjo e fundit kur artikullohet ka nevojë t’i drejtohet një audience masive. Nëse sipas rregullimit institucional të atëhershëm Alia ishte përfaqësues zyrtar i Partisë e shtetit, e po ashtu edhe i “popullit”, meqë Partia paraqitej si përfaqësuese legjitime e tij (“Çfarë do populli bën Partia...”), në rastin e Kadaresë kemi marrjen përsipër të rolit të zërit të “popullit”, duke përdorur logjikën populiste. Duhej të kalonin edhe disa muaj, kur, me lëvizjen studentore, lejimin e pluralizmit politik dhe krijimin e Partisë Demokratike, logjika populiste të artikulohej si ideologji e tillë, me synimin e mobilizimit të popullit kundër sistemit.

Letra e shkrimtarit për presidentin

Për të kuptuar më mirë përmbajtjen e letërkëmbimit midis Ismail Kadaresë dhe Ramiz Alisë, na duhet ta hedhim një vështrim në ngjarjet e viteve 1989-1990 në Evropën Lindore dhe në Shqipëri. Në kohën kur u rrëzua Muri i Berlinit dhe regjimet komuniste po gremiseshin njëri pas tjetrit, në Shqipëri nuk po dukeshin ende shenja se regjimi do ta ndryshonte kursin e deriatëhershëm. Në Plenumin e 8 të Komitetit Qendror të PPSH-së, në shtator 1989, Ramiz Alia deklaroi se kurrë nuk do të hiqej dorë nga marksizëm-leninizmi, diktatura e proletariatit dhe prona e përbashkët socialiste, se kurrë nuk do të lejohej pluralizmi politik, i cili binte ndesh me parimet bazë të socializmit (Biberaj, 1999: 28). Ndërkohë, ekonomia pothuajse qe paralizuar, kishte mungesa të mëdha në furnizimin e popullsisë me ushqime

dhe mallra të tjera konsumi. Shërbimet shtetërore në shëndetësi dhe arsim linin shumë për të dëshiruar. Të drejtat e njeriut nuk respektoheshin dhe burgjet ishin plot me të burgosur politikë. Shqipëria ishte vendi më i izoluar i Evropës dhe ata që përpiqeshin të kalonin pa leje kufirin, qëlltoheshin për vdekje prej rojeve. Sidoqoftë, shtresa të ndryshme të popullsisë, sidomos rinia e qyteteve, po tregonin shenja padurimi ndaj kësaj gjendjeje; shumë intelektualë flisnin në biseda private për liri më të madhe shprehjeje. Ndërkohë, në Kosovë, përballë përpjekjes së shqiptarëve për shpalljen e republikës, Millosheviçi po anulonte autonominë e krahinës. Kërkesat e shqiptarëve të Kosovës për pluralizëm politik ndikonin edhe te qytetarët e Shqipërisë (*ibid.*: 32).

Rrëzimi nga pushteti dhe vrasja e Çausheikut në Rumani, i tregoi nomenklaturës shqiptare se çfarë mund të ndodhte nëse do të vazhdohej me shtypjen e gjithëanshme të kërkesave për reformimin e sistemit. Ramiz Alia nisi të shfaqej si nismëtar i disa reformave të vakëta për demokratizimin e vendimarrjes. Organizatat bazë të Partisë mbajtën për herë të parë mbledhje të hapura; organeve vendore dhe ndërmarrjeve qendra u dha më shumë liri për planifikimin dhe kooperativat bujqësore u lejuan t'i shisnin disa nga prodhimet e tyre në treg. Në prill të 1990-s, në Plenumin e 10, Alia shpalli ndryshimet e reja që kishin të bënin me përmirësimin e të drejtave të njeriut dhe jetës ekonomike të vendit; do të lejohej udhëtimi jashtë shtetit, lirimi i të burgosurve politikë, rihapja e objekteve të kultit dhe praktikat fetare, investimet e huaja. Gjithashtu, ai u shpreh edhe për rivendosjen e marrëdhënieve diplomatike me Shtetet e Bashkuara të Amerikës dhe Bashkimin Sovjetik, si dhe për pranimin në Konferencën për Sigurinë dhe Bashkëpunimin në Evropë (*ibid.*: 36).

Pavarësisht se qëllimi i Alisë ishte ruajtja e kontrollit të PPSH, ato ngjallën shpresën se ai mund të drejtonte, si një Gorbaçov shqiptar, reformat shqiptare drejt demokracisë dhe ekonomisë së tregut. Në tubimet e para spontane kundërkomuniste në Kavajë dhe Shkodër, në mars të atij viti, krahas parullave “Liri-Demokraci” dhe “Poshtë Diktatura” njerëzit thërrisnin edhe emrin e Ramiz Alisë, si reformator që po i kundërvihej krahut konservator të udhëhequr nga vejusha e Enver Hoxhës (*ibid.*: 39, 48 - shën. 85).

Në këtë atmosferë, më 3 maj 1990, Ismail Kadare i shkruan letrën e parë Ramiz Alisë, duke iu drejtuar si Kryetar i Presidiumit të Kuvendit Popullor të RPSSH. Përmendja e vetëm këtij ofiqi e jo edhe ai i Sekretarit të Parë të Partisë, shfaq qysh në fillim dëshirën e shkrimtarit për ta parë udhëheqësin në radhë të parë në rolin e përfaqësuesit më të lartë të shtetit dhe popullit, paçka se dihej që Kuvendi Popullor ishte një organ i nënshtruar ndaj Partisë. Kadareja i shpreh Alisë përkrahjen e tij dhe të masave punonjëse, për vendimet e plenumeve 9 dhe 10 për demokratizimin e ekonomisë, shoqërisë e politikës së jashtme. Por jo të gjithë e përkrahnin demokratizimin:

Ndërsa nga shumica absolute e popullit shqiptar u prit me entuziazëm, dhe pritet akoma, demokratizimi i mëtejshëm i jetës së vendit, ka pasur një grusht njerëzish që nuk e deshën dhe janë e do të jenë, ndoshta deri në fund të jetës së tyre, kundër tij (Kadare, 2005: 10-11).

Këtu Kadareja nis të ravijëzojë dy njësi: “popullin” dhe kundërshtarët e tij. Këta të fundit i ndan në tri kategori: (*ibid.*: 1) në armiq reaksionarë të tipit Arshi Pipa që ndodhen jashtë vendit, (*ibid.*: 2) shovinistë serbë dhe (*ibid.*: 3) “dogmatikë e konservatorët shqiptarë (...) që, për interesa mesquine, nuk duan të bëhet asnjë ndryshim... [dhe] e paraqesin qëndrimin e tyre gjoja nga pozita ultrarevolucionare” (*ibid.*: 11).

Me gjithë përmendjen e tri kategorive të armiqve të popullit dhe demokracisë, letra në fakt përqendrohet vetëm te e treta. Shpejt bëhet e qartë se dogmatikët dhe konservatorët nuk janë nga masa e popullit, por janë të veshur me pushtet politik dhe shtetëror. Ata janë të grupuar sidomos në Ministrinë e Brendshme, për të cilën Kadareja thotë se ka një sjellje kundër-popull. Si rrjedhojë, shumë njerëz janë të acaruar me regjimin, jo sepse ata duan kthimin e klasave të përmbysura në pushtet, por se “acarohen kur hijet e bejlerëve e të borgjezisë, i shikojnë të shfaqen te kuadrot e sotëm” (*ibid.*: 14). Këtu kemi një hap tjetër drejt ndarjes së popullit nga elita. Në një shoqëri pa ndarje klasore, funksionarët e shtetit duhet t’i shërbejnë popullit, por tani populli po sheh se ata po dalin si klasë sunduese mbi të; një “elitë” në pushtet që keqtrajton “popullin”. Kadareja nuk e ka fjalën thjesht për luftën e zakonshme të masave kundër burokratizimit, që ndërmerrej herë pas here në Shqipërinë komuniste. Tani bëhet fjalë për të penguar reformimin e sistemit, të atij sistemi që nuk mund të durohej më nga populli. Por si është e mundur që populli po bëhej “popull” kundër kësaj elite? Sipas letrës së Kadaresë, fryma e zemëratës popullore po krijohet nga shtypja dhe dhuna fizike që ushtronte Ministria e Brendshme mbi individë të kategorive të ndryshme shoqërore.

Njerëzit acarohen për disa shkaqe: ekonomike, të strehimit, të problemeve të përditshme etj. Por më të papranueshme se këto, janë shkelja e të drejtave njerëzore: rrahjet, arrestimet pa shkak, kërcënimet dhe fyerjet. Ajo që nuk kuptojnë organet e Punëve të Brendshme, është se këto shkelje, që mund të jenë duruar disi më parë, tani janë bërë absolutisht të padurueshme për arsyet që dihen. Ndjaz vazhdimi i tyre s’mund të jetë veçse me pasoja tragjike (*ibid.*: 15).

Për funksionarët më të lartë të Ministrisë së Punëve të Brendshme flitet shumë keq në popull dhe populli nuk mund të gabojë:

Është e mundur që populli shqiptar të ketë humbur sensin dhe nonsensin politik sa të bëjë akuza të kota? (...) Unë mendoj se ky popull e ka ende këtë sens dhe se ai e di kë do, siç e di gjithashtu se kë nuk do (*ibid.*: 18).

Me fjalë të tjera, pasi përvijon ndarjen elitë-popull, Kadareja shpall vlerësimin pozitiv dhe pagabueshmërinë e popullit, që do të thotë denigrimin e “elitës” me pushtet. Ai sjell shembuj të keqtrajtimit të disa intelektualëve nga Ministria e Punëve të Brendshme, për të dëshmuar për “frymën e përgjithshme kundër inteligjencës” që është krijuar aty. Kadareja thotë se “inteligjenca, nuk është veçse një eufemizëm,

prapa së cilës fare lehtë mund të qëndrojnë masat demokratike të Plenumeve 9 e 10” (*ibid.*: 17-18). Me anë të sulmit kundër intelektualëve, pjesa dogmatike e shtetit kërkon të godasë masat e plenumeve 9 dhe 10, fjalimet e vetë Ramiz Alisë, por në fund të fundit edhe popullin që kërkon reformat. Me fjalë të tjera “elita” ka një sjellje kundër-popull që nuk arrin ta shprehë hapur dhe prandaj sulmon intelektualët. Kadareja pyet: “Por si mund ta duash popullin tënd, kombin dhe shtetin tënd, kur ti nuk do përfaqësuesit e kulturës së tij?” Intelektualët artikulohej si një subjekt më vete, i cili personifikon popullin, duke zënë një vend që deri atëherë ishte monopol i Partisë. Si përfundim, në letrën e Kadaresë “populli” përfshin masat, intelektualët dhe pjesën përparimtare të udhëheqjes së Partisë e shtetit, e cila përfaqësohet nga Ramiz Alia. Tek “elita” përfshihen ata funksionarë të shtetit, që gëzojnë privilegje të pamerituara “në një vend socialist ku prona është e përbashkët” (*ibid.*: 22) dhe që shpallin se socializmi nuk mund të mbahet pa dhunë, sepse për ta “socializëm dhe demokraci janë dy nocione të papajtueshme, që përjashtojnë njëra-tjetrën” (*ibid.*: 23). Ata po bëhen pengesë për zbatimin e reformave demokratike në Shqipëri të kërkuara nga “populli” dhe janë rreshtuar në anën e gabuar të barrikadës, sepse populli është sovrani. Tabela e mëposhtme e paraqet ndarjen “elitë” - “popull”, sipas logjikës populiste që Kadareja shfaq në letrën e tij.

Populli	Elita
- Masat e njerëzve të thjeshtë - Intelektualët (të përfaqësuar nga Kadareja) - Pjesa përparimtare e udhëheqjes shtetërore dhe partiake (e përfaqësuar nga Alia)	- Funksionarë shtetërorë dhe partiakë që, në emër të parimeve socialiste, kërkojnë të mbrojnë privilegjet e tyre në: Ministrinë e Brendshme (Z. Ramizi) Prokurorinë e Përgjithshme (Rr. Mino) Gjykatën e Lartë (A. Çela) Byronë Politike (R. Marko, S. Koleka) Kuvendin Popullor (S. Koleka)

Në pjesën e fundit të letrës Kadareja thotë se “është madhështore në qoftë se Shqipëria arrin t’i tregojë botës së socializmi mund të jetë rend demokratik” (*ibid.*: 24), prandaj i bën thirrje Alisë që ta udhëheqë “popullin” në rrugën historike kundër “elitës”: “Populli është me ju. Një grusht forcash të errëta që kundërshtojnë këtë proces, janë të papërfillshme në krahasim me shtatë milionë shqiptarët që i urojnë këtij vendi një të ardhme që ai do ta ketë me siguri” (*ibid.*: 26). Duke folur për “rrugën historike”, pra fatin e paracaktuar të popullit, ky i fundit kthehet në “komb”. “Populli” nga një grupim qytetarësh kundër “elitës” regresive, merr tashmë cilësitë e një bashkësie “të thellë” me lidhje solidariteti kulturore dhe etnike. “Populli” bëhet një çast i “kombit” dhe populizmi bëhet pjesë e nacionalizmit: “Kombi shqiptar është me ju, sepse me ju është e ardhmja. Ky komb kupton shumë gjëra dhe në gjërat

themelore është i pagabueshëm” (*ibid.*: 27). Letra e parë nuk e plotëson logjikën populiste, sepse Kadareja nuk shprehet për ndryshimin radikal të sistemit në fuqi. Kjo është edhe arsyeja pse dallimi “popull” - “elitë” nuk është i qartë, dhe këto dy njësi janë heterogjene.

Përgjigja e Presidentit

Ramiz Alia i përgjigjet Kadaresë me një letër të datës 21 maj, 1990. Teksti i letrës së Presidentit e mohon logjikën e populizmit pikërisht me anë të logjikës së diferencimit, pra duke argumentuar se problemet që ngre Kadareja, nuk kanë të bëjnë me kundërvënien “popull” - “elitë”, por janë probleme anësore që mund të zgjidhen brenda sistemit ekzistues. Ramiz Alia kujdeset të mos paraqesë asnjë çarje në binomin Parti-popull. Ai thekson se Plenumet 9 dhe 10 janë të Komitetit Qendror të PPSH, diçka që Kadareja e ka “harruar”, dhe raporti i tij në plenumin e fundit ishte thjesht përmbledhje e mendimeve të komunistëve, punëtorëve, rinisë, intelektualëve, specialistëve të ndryshëm e fshatarëve (*ibid.*: 31). Nëse ka shkelje nga Ministria e Brendshme, ato sigurisht janë të papranueshme dhe do të hetohen, mirëpo janë raste të veçuara dhe nuk përfaqësojnë ndonjë krah “konservator” në Parti e në shtet (*ibid.*: 30). Madje Alia i tërheq vëmendjen shkrimtarit se, në letrën e tij, nuk ka përmendur asnjëherë fjalën “Parti” krahas fjalës “popull” (*loc. cit.*). Edhe reformat që përmend Kadareja, për të nuk janë tjetër veçse përshtatje e popullit shqiptar, nën udhëheqjen e Partisë, me kushtet e reja në botë:

Partia po punon që të integrohet në proceset progresive të kohës. Këtu është fjala si për transformimet në fushën e ekonomisë, ashtu edhe të atyre në jetën shoqërore, në rritjen e rolit e të personalitetit të njeriut shqiptar. Po në ç’rrugë duhet bërë kjo gjë? Sipas diktatit të modeleve të botës apo sipas kushteve tona, duke ruajtur sovranitetin, origjinalitetin e traditat tona kombëtare? (*ibid.*: 33).

Reaksioni “nga Perëndimi e Lindja” (*loc.cit.*), do që t’i diktojë Shqipërisë rrugët e veta, duke ia paraqitur tregun e lirë, pronën private, hapjen e dyerve ndaj koncesioneve të huaja dhe krijimin e partive kundër-socialiste, si modele universale, kur në fakt ato do të çojnë në ndarjen e kombit dhe në rrezikimin e jo vetëm të socializmit, por edhe të pavarësisë së atdheut (*loc.cit.*).

Përballë këtij presioni, Alia thotë që nuk ka vend për përçarje dhe të gjithë duhet të rreshtohen përkrah Partisë, përfshirë Kadarenë. Ai i kujton shkrimtarit se “veprën tënde e do populli dhe e ka vlerësuar Partia” (*ibid.*: 34), sepse ajo “transmeton një mesazh të caktuar: luftën heroike të popullit, të Partisë, të Enver Hoxhës për të mbrojtur lirinë e popullit, pavarësinë e atdheut, idetë e socializmit. Pa këtë mesazh të qartë, vepra s’do të kishte vlerën që ka” (*ibid.*: 36). Në fund të letrës, Alia kundërshton çdo formë të organizimit politik jashtë Partisë: “Askush i vetëm, asnjë forcë, cilado qoftë ajo, nuk mund të bëjë asgjë pa Partinë, jashtë rrymës së vrullshme të saj. Partia ecën në rrugë të drejtë, i hedh hapat me mençuri e siguri” (*ibid.*: 37). Ndërsa Kadareja

në letrën e tij thekson pagabueshmërinë e popullit, Alia thekson pagabueshmërinë e Partisë dhe pamundësinë e populizmit. Edhe vetë Kadareja duhet të rreshtohet përkrah Partisë “si një shkrimtar komunist, që në këto kohë të vështira lufton bashkë me Partinë, për mbrojtjen e lirisë së atdheut dhe zhvillimin e socializmit në Shqipëri. Për askënd nuk duhen lënë ekuivoke” (*ibid.*: 39). Kadareja, në pozitën e intelektualit, flet në emër të popullit, kurse Ramiz Alia në emër të Partisë. Për Alinë, Partia mbetet shprehja politike e vullnetit të popullit, prandaj reformat e kërkuara nga populli dhe “proceset progresive të kohës” mund të realizohen vetëm nën udhëheqjen e saj, e jo duke iu kundërvënë.

Letra e dytë e shkrimtarit

Kadareja i shkruan një letër të dytë Ramiz Alisë, që mban datën 24 tetor, 1990, kësaj radhe nga Parisi. Ndërkohë në Shqipëri kishin ndodhur shumë ngjarje. Qysh prej 2 korrikut, mijëra banorë të Tiranës, shumica të rinj, vërshuan nëpër ambasadat e shteteve perëndimore për t’u larguar nga vendi. Ata u dënuan nga Partia si vagabondë e huliganë dhe shumë intelektualë u bashkuan në dënimin e tyre, gjë që vuri në dyshim rolin e intelektualëve si përkrahës së demokracisë. Madje, disa prej refugjatëve të intervistuar nga *Zëri i Amerikës* kritikuan drejtpërdrejt Ismail Kadarenë si bashkëpunëtor të regjimit. Ky u kundërpërgjigj nga fundi i muajit shtator, nëpërmjet *Zërit të Amerikës*, duke thënë se intelektualët shqiptarë e kishin ngritur shpeshherë zërin kundër abuzimeve, por mediat e kontrolluara nga Partia e kishin penguar dëgjimin e zërit të tyre nga populli. Duke marrë si shembull intelektualët në Kosovë që ishin vënë në krye të partive opozitare ndaj shtypjes serbe, Kadareja shpreh besimin se edhe në Shqipëri do të vinte dita kur ata të luanin rol të rëndësishëm politik (Biberaj, 1999: 51-52).

Në muajin gusht, Ramiz Alia organizon një takim me disa intelektualë, për t’u siguruar për mbështetjen e tyre ndaj Partisë. Pranë tij qëndronte Xhelil Gjoni, anëtari më i ri i Byrosë Politike, i njohur si mbështetës i vijës së ashpër. Në këtë takim, Alia u theksoi intelektualëve se nuk kishte asnjë ndarje mes tij dhe vejushës së Enver Hoxhës, se reformat e ndërmarra kishin për qëllim forcimin e socializmit dhe se nuk do të lejohej pluralizmi politik. Ai i kritikoi intelektualët se nuk po tregoheshin sa duhej mbështetës të regjimit. Disa prej tyre u shprehën kundër masave shtypëse të organeve të sigurisë dhe, ndonjë si Sali Berisha, kundërshtuan kufizimet e reformave dhe monopolin e Partisë mbi pushtetin. Sidoqoftë Berisha mbeti i izoluar, Kadareja, edhe pse i pranishëm, nuk u shpreh hapur për pluralizmin politik (*ibid.*: 54-55). Takimi ishte një goditje që po u jepte Partia intelektualëve që kërkonin reformimin e thellë të sistemit politik dhe të tjerëve që besonin se intelektualët do të ishin nxitësit e udhëheqësit e ndryshimeve demokratike.

Mirëpo edhe ylli i Ramiz Alisë u shua përfundimisht te shumë nga ata që i kishin varur shpresat te “Gorbaçovi shqiptar”. Ismail Kadareja ia shkruan letrën e dytë nga Parisi, një ditë para se të shpallte kërkesën për azil politik. Arratisja e Kadaresë mund të shihet si kundërpërgjigja intelektuale ndaj imazhit të ri që kërkonte të

krijonte regjimi dhe vetë Alia. Fakti që shkrimtari më i njohur dhe intelektual i privilegjuar, arratisjen e të cilit zëvendësministri i Jashtëm e komentoi si veprim të një “fëmije të llastuar” (*ibid.*: 60), parapëlqente të kërkonte azilin politik në Francë, tregonte se gjërat në Shqipëri po shkonin shumë keq.

Në letërën e dytë Kadareja shkruan se përpjekjet e tij si intelektual për zbutjen e regjimit kishin dështuar dhe se ai nuk dëshiron të jetë më i pranishëm “në një farsë të demokracisë dhe në vijimin e një iluzioni” (Kadare, 2005: 43). Faji për gjendjen e krijuar është i gjithi i “elitës”, e cila është shkëputur nga populli: “Pothuajse pa përrjashtim, shqiptarët kudo që ndodhen, bëjnë pyetjen se çfarë e pengon ekipin që udhëheq, të shikojë qartë atë çka e shikon tashmë çdo njeri i thjeshtë” (*ibid.*: 45). Në letërën e dytë nuk bëhet fjalë më për ruajtjen e socializmit duke e kombinuar me demokracinë, por për një mohim të të gjithë rregullimit institucional dhe ideologjisë mbi të cilën ai mbështetej:

Një hipotezë e tërë e padurueshme vazhdon të thellojë hendekun midis popullit dhe ekipit drejtues. Koncepte të papranueshme për liritë dhe të drejtat e njeriut, mungesa e respektit për kombin shqiptar dhe përkundrazi një kult i shfrenuar për marksizëm-leninizmin, parulla të tilla se “shqiptarët janë gati të hanë bar, por do të vazhdojnë të mbrojnë këtë doktrinë”, mbrojtja e Stalinit dhe sidomos konceptet antikushitetuese për pushtetin, janë vetëm një pjesë e kësaj hipoteke të errët (*ibid.*: 47-48).

Kur “elita” shpall se do ta mbrojë pushtetin popullor me gjak, atëherë “njerëzit kanë të drejtë të mendojnë se kuptimi i vërtetë i parullës është ‘do t’i mbrojmë postet dhe privilegjet qoftë edhe me gjak’” (*ibid.*: 48). Logjika populiste në letërën e dytë, e jep më të qartë ndarjen popull-elitë. Tashmë, funksionarët më të lartë të Partisë dhe të shtetit kanë mbetur të vetëm, përderisa “çdo njeri i thjeshtë” i shikon dhe i kupton se si po shkojnë gjërat. Shansi i vetëm i “ekipit udhëheqës” është të shmangë gjakderdhjen dhe të kryejë sa më parë kalimin në pluralizëm politik (*ibid.*: 43). Populizmi i letrës së dytë mund të paraqitet si në tabelën e mëposhtme.

Populli	Elita
“Pothuajse të gjithë shqiptarët”...	- “Ekipi udhëheqës”: Funksionarë shtetërorë dhe partiakë që në emër të parimeve socialiste kërkojnë të mbrojnë privilegjet e tyre.

Njësitë në të dyja krahët janë bërë më homogjene, dhe kësaj i shërben edhe përfshirja e togfjalëshit “ekipi që udhëheq”. Nuk ka më përpjekje për të ruajtur në ligjërim frazeologjinë socialiste. Nuk ka më as mësim të plenumëve, as socializëm (demokratik), madje as intelektualë. Shenjuesit janë rralluar: ekziston vetëm “populli” përballë “ekipit udhëheqës”, në një marrëdhënie të pastër antagoniste, që mund të shpërthejë në revolucion të hapur. “Populli” ka ndryshuar, sepse ai nuk përbëhet

më prej masave të punëtorëve, intelektualëve, rinisë e fshatarëve që përkrahin reformat e Partisë. Tani ai përbëhet nga “njerëzit e thjeshtë”, masa homogjene e të papushtetshmëve, që kërkojnë ndryshimin e sistemit. “Populli” nuk kishte pritur intelektualët që të flisnin në emër të tij, por kishte folur vetë me anë të mësymjes drejt ambasadave. Me arratisjen e tij në Paris, Kadareja s’kish bërë gjë tjetër veçse përsëritur veprimin e “popullit”. “Ekipi udhëheqës” do ta linte pushtetin, por kishte akoma shansin që kjo gjë të kryhej pa gjakderdhje. Letra mbyllet me këto dy fjali: “Është ora tragjike kur e ardhmja e tij [kombit] është vënë në peshoren e fatit. Historia do të jetë e pamëshirshme me ata që e patën mundësinë të ndalonin katastrofën dhe nuk e bënë këtë” (*ibid.*: 48).

Dihet se si u zhvilluan ngjarjet më tej. Alia u përpoq ta zgjaste agoninë e monizmit me një pluralizëm formal, ku krahas PPSH-së merrnin pjesë organizatat leva të saj. Në fillim të dhjetorit nisën protestat studentore dhe më 12 dhjetor u formua Partia Demokratike, pesë ditë para se Kuvendi Popullor të merrte vendimin për lejimin e partive opozitare. Që nga ky çast, populizmi do të gjente shprehje me anë të kësaj partie, deri në fitoren e forcave opozitare më 1992.

Përfundim

Ky artikull mbështet idenë se populizmi është në thelb një ideologji që shpreh antagonizmin e “popullit” me “elitën” në fuqi. Ky antagonizëm artikullohet nga agjentët që duan të mobilizojnë popullin për të konkurruar grupin me pushtet. Logjika formale e populizmit mund të shprehet jo vetëm në ligjërimet publike (fjalime, shkrime në shtyp, intervista, etj.), por edhe në ato të karakterit privat (letra), sidomos në kushtet e diktaturës, ku liritë e shprehjes publike mungojnë. Kjo duket në dy letrat që shkrimtari Ismail Kadare i dërgoi Ramiz Alisë gjatë vitit 1990, para lejimit të pluralizmit politik në Shqipëri. Ishte periudha kur PPSH-ja, për të parandaluar revolucionin popullor dhe rënien e socializmit, nisi disa reforma të ndrojtura që të shuante, sipas logjikës së diferencimit, pakënaqësitë në rritje të shtresave të ndryshme të popullit. “Populli” në atë kohë s’ishte shfaqur ende në formë fizike, domethënë në atë të turmave që brohorisnin “Liri-Demokraci” në tubimet e viteve 1990-1992, por u artikulua në dy letrat e Kadaresë. Duke marrë përsipër rolin e zëdhënësit të intelektualëve dhe të popullit, ai i paraqiti Ramiz Alisë antagonizmin “popull”-“elitë”, sidomos në letrën e dytë. Duke ndjekur logjikën e barazvlerës, Kadareja i lidh pakënaqësitë e ndryshme me kërkesat e intelektualëve për pluralizëm politik. Logjika populiste në tekstet e Kadaresë, shfaqet me anë të rënies së binomit të ideologjisë zyrtare Parti-popull dhe zëvendësimin e tij, në letrën e parë, me antagonizmin “popull”-intelektualë-Ramiz Alia-“forca konservatore”, e në të dytën me antagonizmin “popull” -“ekipi udhëheqës”. Pak muaj pas shkrimit të letrës së dytë dhe ikjes së Kadaresë në Francë, logjika populiste do të artikulohej si ideologji populiste e Partisë Demokratike.

Bibliografia

- Biberaj, E. (1999). *Albania in Transition: The Rocky Road to Democracy*. Boulder: Westview Press.
- Kadare, I. (2005). *Letërkëmbim me presidentin*. Tiranë: Onufri.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London; New York: Verso.
- Mudde, C. (2004). "The Populist Zeitgeist", *Government and Opposition*, 39 (4): 541-563.
- Stanley, B. (2008). "The Thin Ideology of Populism", *Journal of Political Ideologies*, 13 (1): 95-110.

Fushatë lokale apo fushatë kombëtare-lokale: Teknikat e reja të profesionalizimit të politikës

Analizë e fushatave elektorale lokale të koalicionit “Aleanca për Qytetarin” në Tiranë, Elbasan dhe Korçë

____ Dr. Klejd Këlliçi* _____

Abstrakt

Ky artikull ka si qëllim shqyrtimin dhe peshën e strategjisë së ndjekur nga disa prej kandidatëve të koalicionit “Aleanca për Qytetarin”, gjatë fushatës së zgjedhjeve vendore të vitit 2011 në Shqipëri. Si rrallëherë, këto zgjedhje u perceptuan si momenti kyç ku partitë politike do të testonin disa prej strategjive që do të ndiqnin në të ardhmen, pra në zgjedhjet kombëtare të vitit 2013. Në analizën e kësaj fushate do të përpiqem të hedh dritë mbi natyrën e saj, në funksion të ndryshimeve strukturore që po pësojnë paritë politike shqiptare, jo vetëm lidhur me zgjedhjet kombëtare, por edhe me ato lokale. Këto ndryshime kanë të bëjnë me profesionalizimin dhe centralizimin e partive e të tensioneve, që krijohen mes strukturave lokale dhe atyre në qendër.

Hyrje

Këto zgjedhje u perceptuan si momenti kyç ku partitë politike do të testonin disa prej strategjive që do të ndiqnin në vend në të ardhmen, pra në zgjedhjet kombëtare të vitit 2013 (Këlliçi, 2011; Budini, 2011). Për këtë arsye, vlera e tyre ishte edhe më e madhe se ajo e vendoreve të mëparshme, pasi koalicionet do t’u duhej të përligjinin në radhë të parë me performancën e vet, rezultatin e diskutuar të

* Klejd Këlliçi është pedagog i Shkencave Politike pranë Universitetit Europian të Tiranës. Ka fituar gradën Doktor në Shkenca Politike nga Universiteti i Torinos, Itali.

zgjedhjeve pararendëse politike, të testonin fuqinë e disa prej aleatëve të koalicioneve (si Lëvizja Europiane për Integritim), si dhe peshën e kryetarit të Partisë Socialiste, që synonte forcimin e pozitave brenda forcës së vet politike, si kandidati i ardhshëm për drejtimin e vendit.

Për të kuptuar natyrën e fushatave të zhvilluara, në fokus do të jetë dinamika e fushatave në tri kontekste lokale, strategjike për vendin, pra në Tiranë, Elbasan, Korçë. A ndryshoi tipologjia e fushatave falë përdorimit të asaj që sot etiketohet rëndom si “amerikanizim fushatash”? Nëse po, ç’efekt pati dhe ç’rezultate solli? Një tjetër element i analizës do të jenë edhe teknikat e përdorura gjatë këtyre zgjedhjeve nga disa prej kandidatëve (kryesisht nga ata të “Aleancës për Qytetarin”). Argumenti kryesor që do të parashtroj, është se partitë politike po ulin praninë e tyre me struktura në nivele lokale. Për të mbyllur hendekun organizativ dhe sforcimet që nevojiten për mbajtjen e strukturave lokale aktive, ato po përpiqen të profesionalizojnë apo të ‘delegojnë’ organizmin e fushatave elektorale edhe në nivel lokal. Për matjen e profesionalizimit të fushatave elektorale, në këtë studim do të përdor disa nga kategoritë analitike të sintetizuara prej Rachele Gibbson-it dhe Andrea Romele-së (Gibson & Römmele, 2009).

Efektet e fushatave

Një prej pyetjeve që u shtrua në debatin politik shqiptar pas zgjedhjeve lokale të majit 2011, ishte ajo mbi natyrën e kësaj gare elektorale: ç’ishin këto zgjedhje, projektim i një fryme kombëtare apo shprehje e betejave politike me karakter lokal. Strategjitë e ndjekura nga palët, në fakt, u përpunuan në funksion të arritjes së një rezultati pak a shumë të ngjashëm me objektivat e tyre përfundimtarë. Sipas Sussman-it, në mbarë botën vërehet një transformim rrënjësor në hartimin e fushatave elektorale. Për hir të ndryshimeve ekonomiko-sociale që po prekin njëkohësisht shumë pika të globit, ato po dekontekstualizohen dhe po kalohet në një model pak a shumë të njëtrajtshëm të të bërit fushatë (Sussman, 2005:132). Pranimi apo kundërshtimi i këtij pohimi, çon në pyetjen se a ndikojnë modelet e huazuara nga kontekstet e tjera dhe a po u përshtaten partitë politike zhvillimeve ekonomiko-sociale, në raport me elektoratin e tyre.

Fushatat elektorale në thelb kanë dy elemente: atë të kohëzgjatjes, përcaktuar nga ligji, dhe atë dinamikës (Bready & Johnston & Sides, 2006:2) Teorikisht, ato kanë gjasa të ndjekin një model të paracaktuar veprimi (Simon, 2004:38). Sipas skemës së Simon-it, ambienti politik paracakton tipologjinë e fushatës dhe komunikimin e kandidatëve me votuesit, kryesisht përmes medieve, si dhe përpunimin e mesazhit në bazë të reagimeve të publikut ndaj kandidatëve (Peterson & Djupe, 2005: 45).

Në rastin tonë, ambienti politik ishte elementi kryesor që përcaktoi strategjitë e kandidatëve apo të forcave politike. Sa dhe si u bë dallimi mes konteksteve dhe tipeve të fushatave, është një pikë e debatueshme. Në nivel analitik, mendohet se ka një standardizim thuajse të përgjithshëm të fushatave elektorale, ku procesi më i dukshëm është ai i amerikanizimit (Bowler & Farrell, 1992; Mancini, 1999;

Gibson & Römmele, 2001) apo i profesionalizimit të fushatave, jo vetëm për hir të angazhimit të këshilltarëve të huaj, por edhe prej përdorimit masiv të mjeteve të komunikimit. Ky fenomen mendohet se ka prekur, të paktën që prej viteve 2000, edhe Shqipërinë (Budini, 2009; Kajsiu, 2009; Londo, 2009).

Karakteristikë e fushatave lokale në Shqipëri gjatë viteve 1993-2007, ka qenë ndryshimi i pasqyrimin mediatic të fushatave për qytetet e mëdha dhe asaj për Tiranën. Për vetë simbolikën politike që ka kryeqyteti, fushatat lokale, të paktën nga viti 2001 e këtej, janë reduktuar në përqendrimin thuajse ekskluziv të vëmendjes mbi atë që kandidon për kryeqytetin. Zgjedhjet e fundit patën edhe një tjetër veçori, pasi ishin të parat ku kryetari i opozitës, zoti Edi Rama, garonte në një pozicion të dyfishtë: si kandidat për bashkinë e Tiranës dhe si kryetar i partisë më të madhe të opozitës. Si rrjedhojë, në përzgjedhjen e strategjive, palëve u nevojitej ta merrnin parasysh edhe këtë veçori, përpos situatës politike në vend. Për këtë arsye, strategjitë e zgjedhura u pasqyruan ashtu siç u përcaktua rëndom në shtypin e shkruar, si dy fushata diametralisht të kundërta në tone dhe strategji: një fushatë mbarëkombëtare nga ana e koalicionit “Aleanca për të Ardhmen” (Çili & Kapexhiu, 2011), e cila kishte si qëllim provën e forcës, me perspektivë provokimin e zgjedhjeve të parakohshme dhe nga ana tjetër lokalizimin e mesazhit politik të “Aleancës për Qytetarin”, me qëllimin e dyfishtë, atë të përcaktimit të strategjisë së saj opozitës e atë të uljes së debatit në nivel lokal.

Kësisoj, konteksti në të cilin u zhvilluan këto zgjedhje, mbartte në vetvete shumë elementë që pak kishin të bënin me demokracinë lokale e pushtetin vendor (Fuga, 2011). Kjo duket qartë edhe në natyrën e zgjedhjeve lokale në Shqipëri, të paktën në tri raundet e fundit 2007-2009-2011. Ato janë parë përgjithësisht si teste simbolike të forcës së ekzekutivit ose, në rastin më të mirë, si projekte të një modeli menaxhimi publik, të zbatueshëm më pas në të gjithë vendin.

Rrallëherë qeverisja lokale është projektuar si shprehje e drejtpërdrejtë e nevojave lokale apo e demokracisë vendore. Risia e këtyre zgjedhjeve vjen pikërisht në raport me dinamikat qendrore dhe projektimin e tyre në një çast testimi, i cili do të kthehej dashur pa dashur në një referendum kundër ekzekutivit dhe shumicës aktuale. Për pasojë, edhe strategjitë e ndjekura reflektuan kryesisht këto dinamika: zgjedhjen e fokusimit tek qyteti nga kandidatët e shumicës, në pjesën më të madhe të konteksteve lokale, mosartikulimin e sukseseve të qeverisë, si argument për përligjjen e fitores (Bushati, 2011), dhe artikulimin *en bloc* të opozitës kundër qeverisjes qendrore, që bëri gjatë gjithë fushatës kryetari i saj, zoti Rama. Përzgjedhja e strategjisë negative nga opozita, nuk kushtëzohej vetëm nga situata, por ishte edhe një zgjedhje, efektet e së cilës statistikiqsh janë pozitive, sidomos për partitë opozitare e veçanërisht kur diskuri politik zhvendoset kaheerë në këtë drejtim (Peterson & Djupë, 2005). Ngarkesa negative e mesazhit politik është kthyer në një prej elementëve thuajse të përhershëm të një pjese të diskutimit politik në vend, në raport me ciklet e përplasjeve politike (Bradova, 2007:67). Pashmangshmërisht, edhe strategjia politike e pozitës do të ndikohej nga situata kombëtare. Kthimi i zgjedhjeve në një referendum popullor, do t'i sillte pasojë serioze një koalicioni që mbante mbi shpatulla gjashtë vjet qeverisje,

ndaj strategjia e fushatës që u zgjodh, ishte kalimi i kësaj të fundit në terrene lokale.

Diametralizimi pushtet qendror-lokal, në duart e maxhorancës e të opozitës, në mënyrë të alternuar, nuk ka prodhuar ndonjë debat kaq të fortë sa kësaj here. Palët jo vetëm zgjodhën dy strategji të ndryshme, por edhe dy tipologji fushatash që s'ngjasonin aspak me njëra-tjetrën, rezultatet e të cilave s'u kuptuan qartë. Për vetë natyrën e tyre, zgjedhjet lokale s'u varën shumë nga strategjitë kombëtare që kishin paraqitur liderët e aleancave përkatëse. Si në Elbasan, ashtu edhe në Korçë apo Tiranë, palët iu përshtatën ambienteve politike lokale. Emblematik është rasti i ruajtjes së autonomisë në përcaktimin e sloganeve politike, ku kandidatët e Partisë Socialiste zgjodhën të anashkalonin sloganin e zgjedhur nga qendra¹. Po kështu, edhe në Tiranë, kryetari aktual i bashkisë u detyrua të ofronte alternativa zhvillimi për qytetin, të cilat i hoqën një pjesë të mirë të argumentit kryesor fushatës: mesazhin negativ për keqqeverisje. Në asnjë prej dy qyteteve, Elbasan e Korçë, kryetarët e bashkive nuk përdorën, veç rasteve të rralla, tone negative në drejtim të pushtetit qendror. Kësisoj, strategjia e imponuar ishte ajo e përqendrimit tek probleme thelbësisht vendore, e cila u përcaktua nga një zgjedhje e dukshme e koalicionit "Aleanca për Qytetarin". Ajo që u vu re në Korçë dhe Elbasan ishte njëfarë integrimi *top-down* i fushatës nga pozita dhe autonomia në përzgjedhjen e fushatës nga kandidatët e "Aleancës për të Ardhmen".

Ndonëse mungojnë të dhënat empirike që do të masnin qartësisht pozicionet në hyrje dhe në mbarim të fushatave përkatëse, mund të themi se rezultatet qenë të përziera, e po të tilla ishin edhe efektet që patën ato. Në radhë të parë u vu re një farë distancimi dhe dyzimi i fushatës nga ana e kandidatëve të koalicionit "Aleanca për të Ardhmen" në nivel lokal dhe qendror, i cili u detyrohej më së shumti nga rrethanave të krijuara, tipit të fushatës dhe ambientit politik. Ndikoi apo jo tipologjia e fushatës tek votuesi, mbetet një debat i hapur, për sa kohë që të paktën në dy rastet e përmendura, në Korçë dhe Elbasan, asnjë kryetar bashkie nuk ka fituar (përveç zgjedhjeve të fundit) më shumë se dy mandate rresht. Nga kjo pikëpamje, mund të themi se pasojat e lodhjes apo të konsumit me të cilin përballet gjithmonë kandidati që kërkon një mandat të dytë, u pa më pak në dy rastet e para se në kryeqytet. Si pasojë, fushatat patën më pak efekt në Elbasan e Korçë, se në Tiranë. Pavarësisht se ruajtën të njëjtën tipologji fushate në ambientet e tyre lokale, kandidatët për postin e bashkisë në këto rrethe nuk patën efektin që pati në Tiranë kandidati i "Aleancës për Qytetarin". Kështu, pavarësisht rezultateve jo qartë të lexueshme në raport me pritshmëritë e aktorëve politikë, fushatat në vetvete mundën të kishin një efekt. Efektet e këtyre zgjedhjeve ndoshta janë më të qarta nëse marrim parasysht nivelin e mobilizimit të elektoratit, ku vetëm në Bashkinë e Tiranës numri i votueseve u rrit me rreth 30 %. Po kështu edhe në Korçë pati një rritje të ndjeshme me rreth 25 %².

¹ Kandidatët e koalicionit "Aleanca për të Ardhmen" në Elbasan, zgjodhën të përdornin në mënyrë autonome bri sloganit "E vetmja rrugë", sloganet "*Elbasani meriton më shumë*" apo "*Të vazhdojmë së bashku*", kurse në Korçë ai u zëvendësua me "*Një hap përpara*". Shih artikullin "*Kandidatët, sloganet e fushatës*", Panorama, 25.04.2011.

² Nisur nga të dhënat e KQZ- së, diferenca është bërë mes zgjedhjeve lokale të vitit 2007 dhe atyre të vitit 2011.

Profesionalizimi, rrezik apo mundësi?

Vitet e fundit, ambienti politik shqiptar ka pësuar ndryshime të mëdha, një prej të cilëve është edhe zgjerimi i paparë ndonjëherë i ofertës mediatike (si asaj elektronikes, ashtu edhe të shkruarës) (Tare, 2008:24). Efektet e këtij zhvillimi, kanë prekur akoma e më tepër raportin mes tij dhe politikës. Nëse do të bënim një analizë të thjeshtë mbi fillimet e liberalizimit të tregut të medieve elektronike, do të vërejmë se ato patën, qysh në gje-nezë, një funksion të qartë politik (Fuga, 2008:172; Londo, 2008:35). Jo më kot programacionet e pjesës më të madhe të tyre mbaheshin me edicione të shpeshta lajmesh apo programe me karakter debati, që lidhej më shumë politikën si proces përballjeje brenda-institucionale, se me strategjitë afatgjata të forcave politike.

Gjatë kësaj fushate dendësia e përdorimit të medieve si përçuese të mesazhit politik, ka qenë e paprecedentë. S'mund të thuhet me siguri të plotë nëse kjo rrjedhon nga karakteri i tyre si mjete informimi apo nga politika editoriale e imponuar nga pronarët, gjithsesi, është fakt që pjesa më e madhe e mesazhit politik kalon nëpërmjet tyre. Në këtë këndvështrim, kjo fushatë respektoi edhe më tepër këtë lloj tradite të përçimit të politikës drejt publikut, për më tepër që kanalet e komunikimit klasik me votuesin, si strukturat partiake të artikuluara në territor apo mjetet e informimit të partive politike (gazetat), nuk kanë më peshën që kanë pasur në fillimet e ndryshimeve demokratike.

Një nga risitë më interesante të kësaj fushate elektorale ishte edhe përdorimi i konsulentëve profesionistë apo këshilltarëve politikë përkrah nga kandidatëve, edhe pse gjeneza e profesionalizmit të politikës i ka fillesat kryesisht në zgjedhjet lokale të vitit 2000 (Budini, 2009:12). Nuk ka të dhëna të sakta nëse partitë politike në Shqipëri besojnë apo jo në suksesin a në nevojën e këshilltarëve si garanci për fitoren; ka gjasa që ata të konsiderohen si një vlerë e shtuar për përmirësimin e disa aspekteve të fushatës, si cilësia e komunikimit apo e imazhit. Nga pikëpamja organizativo-ligjore e vetë fushatës, partitë politike 'monopolizuan' në njëfarë mase edhe çastin e fundit të procesit elektoral. Ndonëse formalisht organi i administrimit të zgjedhjeve, KQZ-ja, është i pavarur, roli që luajnë partitë brenda tij është i konsiderueshëm. Shqetësimi më i madh i tyre nuk është vetëm fushata, por kryesisht procesi i administrimit të votës. Pikërisht kjo na shtyn të marrim në konsideratë edhe faktin e njëfarë dyzimi të fushatës, ku partitë politike u përqendruan më së shumti në procesin e menaxhimit dhe monitorimit të rezultatit, ndërkohë që kandidatët vazhduan në mënyrë autonome aktivitetet tipike të një fushate elektorale. Ky dyzim ka qenë i pranishëm në të trija rastet e paraqitura, ku të tre kandidatët nuk i ndanë vetëm fizikisht selitë e tyre elektorale nga partitë përkatëse. Ndonëse ky element nuk pati ndonjë rëndësi simbolike, ai përkoi me logjikën strategjike të "Aleancës për Qytetarin", domethënë me kontekstualizimin e betejës politike në rang lokal, si dhe shmangu çdo keqkuptim mes aleatësh. Pra, në thelb të fushatës ishte ndarja e funksioneve mes partisë dhe kandidatit, në nivel profilizimi politik dhe organizativ.

Nëse do të përdornim modelin e Gibson-Romele-së (Gibson & Romele 2009: 265-293) për të gjykuar profesionalizimin e fushatës, do të shihnim qartë një prirje

drejt automatizimit të saj edhe në përdorimin e disa elementëve që në pamje të parë përkojnë më shumë me strategjinë e një kompanie biznesi, se me ato të një partie politike. Si elementë klasikë të profesionalizmit të fushatave konsiderohen:

- telemarketingu apo kontaktimi përmes telefonit i anëtarëve apo simpatizantëve (Tiranë);
- selitë e ndara nga partia apo partitë e koalicionit (Tiranë, Elbasan, Korçë);
- fushata e vazhdueshme (Tiranë, Korçë);
- përdorimi i konsulentëve të media/marketingut (Tiranë, Elbasan, Korçë);
- përdorimi i *data-base-it* (Tiranë, Elbasan, Korçë);
- bërja e sondazheve (Tiranë, Elbasan, Korçë);
- studimi i kundërshtarëve në aspektin e analizës së punës dhe aktivitetit përgjatë mandateve pararendëse, mbajtjes apo jo të premtimeve, ose profileve politike apo personale.

Tri rastet e sipërpërmendura, patën pak a shumë të njëjtat karakteristika, ndonëse me ritme të ndryshme dhe kryesisht për arsye financiare. Ndonëse një pjesë e mirë e kandidatave për kryetar bashkie u paraqitën në kufijtë kohorë të përcaktuar nga kodi zgjedhor, të paktën në Tiranë dhe Korçë, kandidatët e “Aleancës për Qytetarin” e kishin filluar fushatën në mënyrë aktive të paktën një muaj përpara zgjedhjeve, falë edhe profilit të anëtarëve³. Ata (të paktën në Tiranë) kishin nisur kontaktimin e simpatizantëve e qytetarëve (shih *Tirana Observer*, 2011)⁴ përmes sms-ve. Natyra e tyre s’lidhej specifikisht me situatën politike, ndonëse qëllimi ishte i qartë: ai i krijimit të një afrimiteti virtual me qytetarin (Hamelink, 2007:179). Një formë e tillë nuk u përdor në dy rastet e tjera, ndoshta për shkak të mungesës së fondeve apo kohës. Në të trija rastet, gjithsesi, u pa një dallim i qartë në cilësimin dhe ndarjen e selive të kandidatit me partinë apo partitë e koalicionit. Në rastin e Tiranës dhe Elbasanit, ato shërbyen më tepër si seli për të koordinuar aktivitetin, se sa si vendqëndrime që do të mundësonin një personalizim më të madh të fushatës, në funksion të profilit të kandidatit. Nga kjo pikëpamje, struktura organizative e fushatës shënoi, të paktën në rastin Tiranës, një hop cilësor, duke e kaluar menaxhimin e saj në varësi të kandidatit, ndërkohë që në Korçë dhe Elbasan, pati vështirësi komunikimi e koordinimi mes dy selive, asaj të kandidatit dhe të partisë apo koalicionit. Në koncept, nga partitë e koalicionit “Aleanca për Qytetarin”, fushata u përbrendësua më organikisht në Tiranë se në dy rastet e tjera. Po ashtu edhe pesha specifike e shtabeve organizative të kandidatëve, ishte më e madhe në Tiranë, ku partitë përkatëse të koalicionit ishin më së shumti mekanizma zbatues të strategjisë, se partnerë aktiv në fushatë.

³ Kandidati i “Aleancës për qytetarin” u mbështet për sondazhet në konsulencën e “Mellman Group”, për strategjinë makro të fushatës tek “Podesta Group”, tek kompania “GMMb” për konceptimin vizual të saj dhe tek kompania irlandeze “q4pr”, një kompani konsulente për marrdhëniet publike nga Irlanda. Asnjë nga kontratat nuk është bërë publike jo vetëm nga kandidati, por edhe nga kompanitë në fjalë.

⁴ Shih artikullin “Lulëzim Basha uron me mesazhe qytetarët për datëlindje”. <http://www.albobserver.com/?p=10087>

Kohëzgjatja e fushatës ishte një element tjetër i rëndësishëm në përcaktimin e strategjisë dhe, në këtë kuptim, mund të thuhet se fushatat nisën më herët se kufijtë kohorë të përcaktuar nga ligji. Efektet e fushatave të vazhdueshme apo të tejzgjatura në kohë, i kanë zhdukur në një farë mase kufijtë kohorë të përcaktuar në mënyrë ligjore (Hecklo, 2000:13). Që prej viteve 1980 e më tutje, studiuesit e shkencave politike kanë konstatuar një zhvillim të rëndësishëm në raport me fushatat elektorale, i cili cilësohet me termin ‘fushatë permanente’ (Blumenthal, 1983). Partitë politike nuk mjaftohen më me zhvillimin e fushatave elektorale brenda kufijve ligjor e kohor të përcaktuara nga kodet respektive elektorale, por janë vazhdimisht në garë me njëra-tjetrën, duke matur pulsin e elektoratit. Ndonëse fushata permanente si koncept përcaktohet më mirë në raport me frekuencën e zgjedhjeve (Ornstein & Mann, 2000:221) konceptimi edhe ushtrimi i detyrës në një post politik, si një fushatë e pafundme, ku zgjedhjet janë vetëm një funksion se objektiv kryesor në betejën politike, është i pashmangshëm. Në këtë logjikë fushatat elektorale në Shqipëri kanë filluar të transformohen⁵ jo vetëm me zhvillimin e medieve apo me shfaqjen e atij që sot etiketohet si “fenomeni Rama” (Budini, 2009), por edhe me përdorimin masiv të burimeve administrative nga ana e individëve apo partive të mveshuara me pushtet politik dhe administrativ (OSCE/ODIHR, 2011).

Një aspekt tjetër i profesionalizimit të fushatës ishte dhe përdorimi i këshilltarëve të media marketingut, si dhe menaxhimi i një pjese të fushatës nga ekspertë të jashtëm. Në të trija rastet, kandidatët operuan me zyra shtypi të ndara nga ato të partive, si në procesin e shpërndarjes së aktiviteteve, ashtu edhe në komentimin e reagimeve apo deklaratave. Në të paktën dy prej rasteve (Korçë e Tiranë), aktivitetet përgatiteshin, konceptoheshin dhe shpërndaheshin brenda shtabeve përkatëse elektorale, në mënyrë të centralizuar. Për të dy kandidatët e koalicionit “Aleanca për Qytetarin”, në Korçë dhe Elbasan, u prodhuan materiale të përmbledhura në të ashtuquajturin “Campaign Book”, ku përfshiheshin informacione mbi: kontekstin dhe tipin e fushatës, arsyet e kandidimit, biografi e shkurtër e kandidatit, media-plani, media-eventet etj.

Ndonëse fushata edhe modeli i mediatizimit u diktua të paktën në formë e model nga strategjia e ndjekur prej kandidatëve të “Aleancës për Qytetarin” në Tiranë, ajo erdhi më tepër si një proces më i gjerë apo si përshtatje rrethanash në raport me sistemin politik, por edhe me atë mediatik (Negrine, 2007:26). Në këtë logjikë, centralizimi i fushatës mund të nënkuptohet si nevojë për prodhimin e një mesazhi uniform, të paktën në ato kontekste politike ku ishte e mundur një tip i tillë fushate. Por aspekti i mediatizimit të fushatës është një domen i cili nuk është pjesë integrale e strukturës partiake dhe për këtë arsye funksioni i këshillimit, kryesisht mediatik, mbetet si një vlerë e shtuar në këtë fushatë (Duilio & Garret, 2007). Një logjikë e tillë u ndoq edhe nga pikëpamja vizuale, ku në të trija rastet u vu re i njëjti konceptim i raportit të imazhit me fushatën e mesazhin e saj: atë të lidhjes me qytetin. Të trija fushatat patën një konceptim të njëjtë në formë e në aktivitete, me ndryshime tejet të

⁵ ‘Fushata permanente’ cilësohet nga Hecklo si “një proces i pandalshëm, përmes të cilit kërkohet të manipulohet burimet e miratimit të opinionit publik përgjatë periudhës së qeverisjes”, op.cit.

pakta, të cilat kishin të bënin kryesisht me efektin e tyre tek publiku, apo edhe jehonën mediatike me të cilën ato u përcollën. Kështu, fushata në Tiranë u karakterizua nga një mbingarkim me media-evente, si për shembull “Iniciativa për Tiranën” (Panorama, 2011) apo takimi i zhvilluar nga kandidati Basha në Amfiteatrin e Akademisë së Lartë të Arteve. Në dy rastet e tjera fushata u zhvillua në tri nivele të balancuara me takime elektorale tradicionale, në formën e mbledhjeve publike, media-eventeve apo takimeve të personalizuara të kandidatëve derë më derë. Me gjithë standardizimin konceptual apo rivalizimin që iu bë fushatës së kandidatit Basha në Tiranë, në dy rastet e tjera modeli u tentua t’i përshtatej edhe kontekstit lokal, sidomos në përcaktimin më të ngushtë që iu dha takimeve derë më derë. Në Tiranë këto lloj takimesh u përkthyen në ngjarje mediatike, ndërkohë që në Elbasan dhe Korçë, ato u realizuan në kuadrin e vizitave të personalizuara të kandidatit pranë qytetarëve. Arsyet e konceptimit të ngushtë të tyre, edhe më të personalizuara në Korçë e Elbasan, vinin jo vetëm nga efekti më i fortë që mund të kishin ato në ambiente sociale më koherente të sendërtuara në mënyrë më organike, por edhe për arsye të mungesës së mbulimit të mediave në terren.

Përdorimi i bazës së të dhënave kompjuterike, përmes së cilave identifikohen mbështetësit, të lëkundurit apo edhe ata që nuk votojnë për partinë, është kthyer tashmë në një traditë për partitë politike në Shqipëri. Fenomeni është lehtësisht i vëzhgueshëm gjatë zgjedhjeve, ku zyrat elektorale që mbulojnë territorin, shërbejnë shpesh edhe si burim informacioni për ata që nuk gjejnë dot qendrat e votimit. Ky funksion ka ardhur më tepër nga nevoja për të pasur nën kontroll procedurën zgjedhore, se sa identifikimin e votueseve (OSCE/ODIHR, 2011). Po t’i referohemi historisë zgjedhore të Shqipërisë, partitë kanë bërë çmos që të kenë informacione sa më të plota mbi procesin zgjedhor, sidomos në raport me listat zgjedhore, duke pasur parasysh jo vetëm debatet mbi to, por edhe mundësinë e keqpërdorimit të tyre nga ana e kundërshtarit në raport me rezultatin e zgjedhjeve. Që prej zgjedhjeve të vitit 2001, partitë politike shqiptare janë përfshirë në një debat të fortë mbi rregullsinë e listave elektorale. Kjo i ka shtyrë të synojnë përherë kontrollin e listave elektorale përmes burimeve partiake. Nga kjo pikëpamje, profesionalizimi apo kontrolli mbi të dhënat, nuk i përgjigjet ndonjë mekanizmi të votës të përcaktuar “shkencërisht”, por më tepër një përshtatjeje me kushtet specifike dhe rolin e partive në procesin zgjedhor (Negrine & Lilleker, 2002:313).

Sondazhet si mekanizëm profesionalizimi kanë qenë të pranishme në Shqipëri qysh në vitin 2005, në zgjedhjet kombëtare. Ato u përdorën edhe në vitin 2009⁶

⁶ Përdorimi i sondazheve në fushatat elektorale në Shqipëri, ka ngritur shumë polemika, sidomos nga viti 2009 e tutje. Në zgjedhjet e kaluara kombëtare, tre kompani sondazhesh, “Zogby International” për Top Channel, “IPR Consulting” për Ora News dhe “Gani Bobi” për televizionin Klan, nuk arritën të përcaktonin ose gabuan në identifikimin e fituesve. Në zgjedhjet 6 majit qenë të pakta kanalet televizive që pajtuan kompani sondazhi, madje “IPR Consulting” hoqi dorë nga sondazhi i komisionuar prej ORA News-it, për hir të vështirësive në kontaktimin e intervistuesve dhe përcaktimin e qartë të tendencës. Po i njëjti fenomen u pranua edhe nga përgjegjësi i institutit “Gani Bobi” mbi *exit polli*-n e komisionuar nga Klan-i, ku rreth 30% e të intervistuarve refuzuan të përgjigjeshin, duke e rritur në mënyrë eksponenciale marzhin e gabimit. Ky fenomen ka gjasa të këtë ndodhur dhe për partitë politike apo koalicionet që u munduan të testonin peshën e tyre nëpërmjet sondazheve.

apo në zgjedhjet lokale që lamë pas, pra të 2011-s, ndonëse me më shumë rezerva se ç'pritej. Në dallim nga viti 2005-2009, partitë politike dhe kandidatët ishin të vetmit që guxuan të studionin opinionin publik mbi preferencat për kandidatët. Të tre kandidatët, ndonëse në mënyra të ndryshme, përdorën një farë kontrolli paraprak mbi preferencën e votës, i cili nuk u bë asnjëherë publik. Vlen të theksohet se struktura e njësisë që zhvillonte sondazhet, ishte e integruar brenda asaj të selisë së fushatës dhe jo e komisionuar nga një autoritet i jashtëm. Për sondazhin në Tiranë, "Aleanca për Qytetarin" u mbështetet tek këshillimi i "Mellman Group"-it, ndërkohë që në Elbasan e Korçë sondazhet u komisionuan vetëm në nivel analize të dhënash. Asnjë nga të tre kandidatët s'i bëri publike të dhënat përkatëse, ndoshta për arsye kontrolli mbi fushatën elektorale dhe pasojat e saj në vazhdim, ndonëse një pjesë e mirë e rezultateve u përdorën si informacion për t'u përfshirë brenda programeve përkatëse.

A funksionojnë partitë në nivel lokal?

Partitë politike duket se janë në një fazë tranzicioni në rolin që kanë në shoqërinë evropiane (Mair, Muller, Plasser, 2004:11). Një pjesë e mirë e studiuesve kanë arritur në përfundimin se pesha e tyre si faktorë integrimi shoqëror, ka pësuar një rënie në raport me periudhën që shkon nga pas Lufta e Dytë e deri në vitet 1990 (Della Porta, 2001; Bartolini, 2002; Dalton & Wattengerg, 2004). Ky fenomen ka qenë i pranishëm edhe në vendet e Evropës Lindore, sidomos pas tranzicionit, nga një regjim në tjetrin, dhe zhvillimit të zgjedhjeve këto njëzet vitet e fundit (Pacek & Pop-Elches & Tucker, 2009:485). Pavarësisht peshës specifike që kanë partitë brenda konteksteve sociale përkatëse, ato mundohen të përdorin kundërmasa për t'ju përgjigjur ndryshimeve strukturore që reflektohen më së shumti gjatë proceseve elektorale.

Një nga ndryshimet më të shpejta që partitë mund të zbatojnë, është riorganizimi dhe profesionalizimi përmes së cilit 'amatorët' (të cilët rekrutohen nga organizatat e masave), zëvendësohen nga 'profesionistë' (që punësohen në bazë të ekspertizës që kanë)⁷ (Mancini, 1999). Sa kohë që qëllimi kryesor i partive është marrja apo mbajtja e pushtetit përmes kanalit të zgjedhjeve, është logjike që përgjigja ndaj ndryshimeve në raportin e tyre me shoqërinë, të përqendrohet pikërisht këtu. Për këtë arsye, rënia e rëndësisë së partive politike po kompensohet me një rritje të përpjekjeve në aspekte të tjera të rolit të tyre. Kështu, Farrel-i nuk e konsideron aspak si të zbehur rolin e tyre, për sa kohë që "zhvillimet në fushata dhe profesionalizimi i partive nuk ndodh në një situatë vakumi, për sa kohë që këto ndryshime vijnë nga rrethana kulturore dhe institucionale, jo vetëm në nivel sistemi, por edhe në nivel partie" (Farrell, Webb, 1998).

Profesionalizimi shihet gjithashtu edhe si një fenomen që ka të bëjë më ngushtësisht me komunikimin dhe përdorimin e formave të marketimit (Papathanassopoulos, Negrine Mancini & Holtz-Bacha 2007:11) në procesin politik. Dy janë hipotezat

⁷ Që prej viteve 2000 e tutje, partitë politike, duke filluar që nga ajo Socialiste dhe më pas ajo Demokratike, kanë rekrutuar përmes kanaleve të ndryshme individë që nuk ishin "produkt" i organizatave respektive bazë, por reflektonin një ekspertizë të rëndësishme profesionale në fushat përkatëse. Kanalet kanë qenë formale, informale apo edhe struktura paralele, si për shembull në rastin e Komitetit të Orientimit të Politikave.

kryesore: e para, se vetë partia politike si koncept po zhvillohet drejt kthimit të saj në një agjenci të vërtetë imazhi dhe e dyta, se mesazhi politik po kalon nëpërmjet procesit të delegimit ndaj të tretëve, pra profesionistëve apo agjencive të imazhit (Plasser, 2009). Modeli që ekziston sot në Evropën Lindore, gjendet gjithsesi në mes. Është e vërtetë se tkurrja dhe zvogëlimi i strukturave të partive politike ka ardhur edhe si pasojë e një tradite të munguar apo të ripërtëritur të partive të masave, pas themelimit apo rithemelimit të tyre gjatë tranzicionit (Lewis, 2000), por kjo nuk do të thotë që ato e kanë humbur peshën e tyre specifike brenda ambienteve politike përkatëse. Përkundrazi, ajo që vërehet është një forcim i strukturave partiake apo të shtrirjes së tyre territoriale (Bochler, 2009:6).

Partitë politike në Shqipëri ndoshta janë shembulli më i pastër i orientimit drejt pasjes së një strukture territoriale të konsoliduar, sidomos nëse kemi parasysh të paktën të dhënë faktike se ato janë sot të pranishme në të gjitha qytetet apo qendrat e prefekturave⁸. Në këtë kuptim, mund të themi se pikënisja për çdo lloj fushate elektorale, qoftë dhe në rastin e fushatave lokale, janë po ato që e mbajnë peshën formale të organizimit të tyre. Në rastin e kësaj fushate lokale, e sidomos në të dy rastet e sipërpërmendura, është vënë re një dallim thelbësor mes rolit të kandidatit dhe të partisë, ndonëse ky dallim u bë më qartë në Tiranë. Për të arritur rezultatet e shpresuara, partitë politike investojnë masivisht në fushatat elektorale, duke punësuar agjenci apo edhe specialistë të fushave të ndryshme (Farrell & Webb, 1998). Në këtë kuptim, nuk bëjnë përjashtim as partitë shqiptare (Budini, 2009:10). Ndërkaq, strukturat partiake e kanë humbur peshën e tyre specifike territoriale, duke e përqendruar pjesën më të madhe të aktivitetit në qendër të jetës politike (Scarrow, 2002:114). Kështu, nuk përbën ndonjë risi fakti i piramidalizimit, forcimit e, për pasojë, edhe i drejtimit të vëmendjes ndaj figurës së liderit në publik. Fenomenet “Rama” (Kajsiu, 2009:73) apo “Basha” nuk përbëjnë vetëm një risi, por janë kthyer në modele tipike, përreth të cilave organizohet jeta politike në vend. Ky model është shtrirë tashmë dhe në nivel lokal, sidomos me përf forcimin e rolit të kryetarëve të bashkive apo edhe të vetë simbolikës që kanë zgjedhjet lokale si testim për forcën apo miratimin e ekzekutivit.

Këto zgjedhje shënuan gjithashtu shtrirjen e profesionalizimit në konceptimin e fushatave edhe në nivel lokal, ndonëse me efekte të ndryshme nga ato të qendrës. Gjithsesi, logjika e përdorur në konceptimin e fushatës, ishte deri diku ripërsëritje e modelit që u ndoq në Tiranë. Mund të thuhet kështu se fushata, ndonëse u zhvillua në mënyrë autonome në rastet e trajtuara më sipër, nuk e humbi asnjëherë ‘karakterin’ e saj kombëtar. Strukturat partiake iu përshtatën më lehtë realitetit të ri në Tiranë, se në Elbasan apo Korçë. Ky është një tregues i humbjes apo i zbehjes së peshës së tyre në nivel lokal. Problemet që hasën në Korçë apo Elbasan kandidatët e “Aleancës për Qytetarin” gjatë fushatës, kishin të bënin me vështirësinë për të zbatuar modelin dhe strategjinë e fushatës, përshtatjen me nevojat dhe filozofinë e kandidatit, si dhe çështjeve organizative për sa u përkte aktivitetëve me karakter mediatik.

Në Elbasan e në Korçë, mes kandidatëve dhe strukturave partiake përkatëse, të pamësuar me përcjelljen e mesazhit në nivele më të gjera se ato të militantëve apo

⁸ Shih faqet zyrtare të internetit <http://www.pd.al/partia/organizimi/> ose <http://ps.al/statuti>.

votuesve tradicionale, u krijuan tensione në përkthimin e strategjisë paraelektorale. Ka të ngjarë që në nivel lokal partitë të vuajnë pikërisht mungesën e koordinimit e atë të strukturave të konsoliduara afatgjata, që do t'i ndihmonin t'u përgjigjeshin fushatave moderne apo post-moderne (Norris, 2000:12), të cilat kërkojnë një ndryshim total në konceptimin e rolit të partive politike. Sipas Gryzmala-Buse-së "Në kontekstin post-komunist, për nga vetë natyra që pati shpërthimi i partive politike, sfidat elektorale dhe parlamentare që ato hasën, i penguan të bënë investime të mëdha në shtrirje territoriale dhe organizative. Më pas, dominimi i fushatave mediatike e bëri më tërheqëse mbledhjen e fondeve se përfshirjen e masave të gjera të elektoratit në organizata masash. Ndërtimi i organizatave të masave, sidoqoftë do të kërkonte kohë, ndërkohë që shumica e partive u përballën me zgjedhjet e para pluraliste pak kohë pas vetë formimit të tyre" (Grzymala-Busse, 2007:31). Strukturat lokale pra, vuajnë problematikën e organizimit si zgjedhje e partive në qendër, më shumë se paaftësinë organizative lokale.

Përfundime

Profesionalizimi i politikës në raport me përpjekjet e saj për të propozuar "produktin" më të mirë në treg, janë vënë shpesh në dyshim për arsye të vetë logjikës apo parimit nga i cili ajo nis: propozimit të një "produkti" me karakteristika të pëlqyeshme nga tregu. Ky lloj konstatimi do të ishte disi sipërfaqësor, edhe pse në një proces të tillë dyshimi hidhet mbi nivelin e transparencës dhe mungesës së demokracisë (Norris, 2000:13). Ka gjasa që nëpërmjet mekanizmit të profesionalizimit, paritë t'i përgjigjen më me realizëm problemeve të elektoratit (Farrel & Webb, 1998). Më e arsyeshme do të ishte të analizoheshin premiset historike apo zbatimet e përhapja e tyre në kontekstet të ndryshme kombëtare. Partitë politike, në rastin tonë ato shqiptare, gjenden përpara një zbrazëtie ideologjike prej nga ku është e vështirë të dalin. Nëse në vitet 1997-1999 e majta shqiptare arriti ta rehabilitonte imazhin e saj politik në sytë e opinionit publik apo para institucioneve ndërkombëtare, apo të rifitonte nëpërmjet reformave zgjedhjet e vitit 2001, kjo natyrisht s'mund t'i cilësohet si një veti negative. Lëvizja e kahut ideologjik ka qenë dhe do të jetë një fenomen i vazhdueshëm, aq më tepër në një kontekst ku marrja e pushtetit nuk shndërrohet detyrimsht në një mekanizëm për të zgjidhur plotësisht problemet e votuesve. Pra, mund të thuhet se profesionalizimi i fushatave vjen si pasojë e disa elementëve si zbrazëtia ideologjike, zhvendosja e partive politike drejt qendrës apo ndoshta edhe nga pamundësia për të krijuar një lidhje të fortë me elektoratin (Van Beizen, 2003:42).

Efektet e një fushate elektorale të zhvilluar me ndihmën e këshilltarëve lëvizin relativisht pak vota dhe rrallëherë janë përcaktuese të vetme të fitores apo humbjes së një kandidati. Ky "mekanizim" apo industrializim i politikës, është më së shumti pasojë e përshtatjes ndaj rrethanave të krijuara, se rrjedhojë e procesit të 'transferimit' apo 'delegimit' të fushatave nga kandidatët tek profesionistët e fushatave elektorale. Ky pohim bëhet edhe më aktual nëse marrim në konsideratë faktin se në Shqipëri nuk ka modele forcash politike të konceptuara në 'laborator' me ndihmën e profesionistëve

të politikës. Suksesi i forcave të reja, si “Lëvizja Socialiste për Integrim” (LSI) në vitin 2005 apo ai i “Partisë Demokratike për Integrim dhe Unitet” (PDIU), ka ardhur si rrjedhojë e një procesi të maturuar, që mbështetej në projektimin e një segmenti të caktuar elektoral, me një prirje vote të konsoliduar në kohë. Ndaj mund të thuhet se përtej pajtimit të këshilltarëve të huaj, janë partitë politike ato që po shkojnë drejt një profesionalizimi në raport me disa nga karakteristikat e përmendura më lart. Në këtë kontekst, përdorimi i këshilltarëve s’ka për ta ulur aspak aftësinë e partive për të drejtuar fushatat, përkundrazi, përdorimi i këshilltarëve do të përmirësojë deri diku edhe efektet e garës politike (Plasser, 2007:35), ashtu siç tregon edhe rritja e ndjeshme e numrit të votuesve në disa prej rasteve të marra në fjalë¹⁰. Pa rritje, si në nivel qendror apo edhe atë lokal, do të vazhdojnë të ruajnë peshën e tyre duke përmirësuar arsenalin e mekanizmave të të bërit fushatë (Norris, 2000:13). Problematike do të ngelen gjithsesi fushatat lokale, ku duket qartë se modelet e përcaktuara nga qendra, funksionojnë pak për vetë natyrën e organizimit partiak në rrethe apo për mungesën e një strategjie organike organizmi në nivel vendor.

Bibliografia

- Arceneaux, K. & Nickerson, D. (2010). “Comparing Negative and Positive Campaign Messages: Evidence from Two Field Experiments”. *American Politics Research*, 38 (1): 54-83.
- Bartolini, S. (2002/12). “The Macro-constellation of Political Party Rise, Consolidation and Decline in the European Experience”. *Taiwan Political Science Review*, No.6, p.6-52.
- Blumenthal, S. (1983). *The Permanent Campaign*. Simon & Schuster.
- Brady, H. E. & Johnston, R. (2006). Sides, J. (Ed.) “The Study of Political Campaigns”, *Capturing Campaign Effect*. Michigan: University Press.
- Bradova, E. (2007). “Negative Campaigning in Global Perspective”, *Contemporary European Studies*, 2 (1): 63-68.
- Budini, B. (2011, 30 prill). “Fushata negative, si e vetmja rrugë e Ramës”. *Panorama*.
- Budini, B. (2009). “Edi Rama, Politikani Pop(ulist)-Star”. *Polis* 8: 3-19.
- Bushati, A. (2011, 30 prill). “Berisha në qendër edhe me mungesë”. *Mapo*.
- Çili, H., Kapexhiu, B. (2011). *Ditari i Fushatës 2011*. Tiranë: UET press.
- Gibson, R. & Römmele, A. (2009, May). “Measuring the Professionalization of Political Campaigning”. *Party Politics*, 15 (3): 265-293.
- Grzymala-Busse, A. (2007). *Rebuilding Leviathan: Party Competition and State Exploitation in Post Communist Democracies*. Cambridge: University Press.
- Farrell, D. M. & Webb, P. (1998, March 13-14). *Political Parties as Campaign Organizations*. Centre for the Study of Democracy. University of California’s.
- Fuga, A. (2009). “Belina Budini (2009), Edi Rama politikani pop(ulist)-star”. *Polis* 8: 170-175.

¹⁰ Në një krahasim të përgjithshëm mund të thuhet se profesionalizmi i fushatave ka ndikuar në rritjen e madhe të numrit të votuesve, kjo edhe në krahasim me disa prej bashkive të tjera të mëdha, si Fieri apo Vlora. Rritja e numrit të votuesve ka qenë e pandjeshme në rastin e Vlorës dhe relativisht e ulët në atë të Fierit. Përfundim këtu bën vetëm Elbasani, ku pavarësisht faktit të profesionalizmit, fushata nuk pati efekte në rritjen e numrit të votuesve. Të dhënat e rezultateve mund të konsultohen tek www.cec.org.al

- Fuga, A. (2011, 25 maj). "Pikëpresja e fushatës elektorale". *Mapo*.
- Heclo, H. (2000). Campaigning and Governing: A Conspectus, in Ornstein, N.J., Th. E. Mann (Eds.). *The Permanent Campaign and Its Future*. Washington D.C.: American Enterprise Institute & The Brookings Institution
- Holtz-Bacha, C. & Mancini, P. & Negrine, R., Papathanassopoulos, S. (Ed). (2007). *The Professionalisation of Political Communication: Changing Media-Changing Europe Series 3*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Johnson, D. W. (2002). *How Political Consultants Are Reshaping American Democracy*. Taylor & Francis e-Library.
- Kajsiu, B. (2009). "Amerikanizmi i Politikës ose Rreziku i Politikës Mediatik". *Polis* 8: 68-79.
- Këlliçi, K. (2011, 15 prill). "Fushatë lokale si e vetmja rrugë?". *Mapo*.
- Komisioni Qendror i zgjedhjeve (2011). http://www.cec.org.al/index.php?option=com_content&view=article&id=205&Itemid=147&lang=en
- Mancini, P. (2001). "New Frontiers in Political Professionalism". *Political Communication*, 16 (3): 231-245.
- Maliqi, Sh. (2011, 16 maj). "Konstantet e votës në Shqipëri". *Gazeta Ekspres*.
- Negrine, R. & Lilleker, D. G. (2002). "The Professionalization of Political Communication: Continuities and Change in Media Practices", *European Journal of Communication*, 17 (3): 305-323. SAGE Publications.
- Norris, P. (2000). "The Rise of the Post-Modern Campaign?", *A Virtuous Circle: Political Communication in Post-Industrial Societies*. N.Y.: Cambridge University Press.
- Londo, I. (2009). "Pronësia e medias dhe ndikimi i saj në pavarësinë dhe pluralizmin e medias". *Polis* 8: 35-54.
- Ornstein, N. J., Th. E. Mann (Eds.) (2000). *The Permanent Campaign and Its Future*. Washington D. C.: American Enterprise Institute And The Brookings Institution.
- OSCE/ODIHR (2011). *International Election Observation, Republic of Albania – Local Government Elections, 8 May 2011*. <http://www.osce.org/odihr/77446>.
- Pacek, A. C. & Pop-Eleches, G. (2009, April). "Disenchanted or Discerning: Voter Turnout in Post-Communist Countries", *The Journal of Politics*, 71 (2): 473-491.
- Peterson, D. A. M. & Djupe, P.A. (2005, March). "When Primary Campaigns Go Negative: The Determinants of Campaign Negativity", *Political Research Quarterly*, 58, (1) : 45-54.
- Plasser, F. (2009). "Political Consulting Worldwide", *Routledge Handbook of Political Management*. Edited by Johnson, D. Routledge.
- Pop-Eleches, G. & Pacek, A. & Tucker, J. (2009, April). "Disenchanted or Discerning: Voter Turnout in Post-Communist Countries". *The Journal of Politics*, 71(2): 473-491.
- Scarrow, E.S. (2000). "Parties without Members? Party Organization", in a *Changing Electoral Environment*, in *Parties Without Partisans Political Change in Advanced Industrial Democracies* Edited by Dalton, J. R. & Wattenberg, P. M. Oxford University Press.
- Schedler, A. (2002, January). "The Nested Game of Democratization by Elections". *International Political Science Review*, p. 103-122.
- Simon, A. F. (2004). *The Winning Message: Candidate Behavior, Campaign, Discourse and Democracy*. Cambridge University Press.
- Sussman, G. (2005). *Global Electioneering: Campaign Consulting, Communications, and Corporate Financing*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Tare, I. (2009) "Shpërthimi i kanaleve televizive private në Shqipërinë paskomuniste". *Polis* 8: 20-34.
- Van Biezen, I. (2003). *Political Parties in New Democracies: Party Organization in Southern and East-Central Europe*. Palgrave: McMillan.

Risitë teknologjike dhe praktikat e reja të marketingut në Shqipëri: rasti i reklamave përmes celularit

— Jonida Kellezi —

— Edlira Kasaj —

Abstrakt

Gjatë shekullit XXI, teknologjia e ka ndikuar së tepërmi mënyrën e jetesës së individëve dhe praktikën e biznesit. Zhvillimi i saj e ka transformuar ekonominë shqiptare nga një vend agro-kulturor, në një vend industrial. Ndryshimet në teknologjitë e informacionit e të komunikimit, kanë paraqitur praktika të reja biznesi dhe marketingu, duke u ofruar kompanive mundësi për hapjen e kanaleve të reja marketuese, në favor të një ndërveprimi e afriteti më të madh me konsumatorin. Interneti dhe kompjuterët kanë pasur një ndikim të madh në praktikën e biznesit, e veçanërisht në ato të marketingut, por edhe telefonat lëvizës kanë treguar se kanë një potencial po aq të madh në ditët e sotme, për shkak të përdorimit në jetën e përditshme dhe popullaritetit që kanë. Kryerja e fushatave të marketingut përmes celularit është risia e fundit që teknologjia informatike u ka paraqitur bizneseve. Celulari ofron një mundësi të shkëlqyer për komunikimin me segmente të ndryshme të tregut, pasi ai arrin ta tërheq 100% vëmendjen e tyre qoftë edhe vetëm përmes një mesazhi. Në Shqipëri, ku telefonia celulare ka një depërtim prej rreth 110%, komunikimi nëpërmjet këtij mediumi është sa i efektshëm, aq edhe frutdhënës. Por, pa varësisht anëve pozitive, fushatat me anë të celularit nuk mund të kryhen të vetme; nevojitet që ato të ndërthuren njëkohësisht edhe me format e tjera të komunikimit miks.

Hyrje

Philip Kotler-i (2009) ka thënë me të drejtë se “e ardhmja nuk ndodhet më përpara nesh. Ajo tashmë është këtu”. Ashtu siç e vëmë re çdo ditë, tregtia në ditët e sotme kryhet me anë të lëvizjes së informacionit përmes internetit dhe

aparateve celularë. Faza e re që po jetojmë, ka sjellë një sërë risish, duke ulur kostot e duke shpejtuar procesin e prodhimit e të shpërndarjes së produkteve dhe shërbimeve. Mirëpo e gjitha kjo vjen edhe me një anë negative, që ka të bëjë me rritjen e nivelit të riskut dhe pasiguritë me të cilat përballen prodhuesit e konsumatorët (Kotler & Caslione, 2009). Gjithsesi, duke iu rikthyer shprehjes së Kotler-it, një gjë është e sigurt: tregjet ndryshojnë shumë më shpejt se marketingu. Gjatë shekullit XXI, teknologjia ka ndikuar tej mase në mënyrat e jetesës së individëve dhe në praktikat e biznesit. Këto zhvillime e kanë transformuar ekonominë shqiptare nga një vend agro-kulturore, në një vend industrial. Ndryshimet në teknologjitë e informacionit e të komunikimit kanë paraqitur praktika të reja biznesi dhe marketingu, duke u ofruar kompanive mundësi për hapje kanalesh të reja marketingu, në favor të një ndërveprimi dhe afrimi më të madh me konsumatorin. Synimi i këtij artikulli është të studiojë ndikimin - si social, ashtu edhe atë të biznesit - që do të ketë promovimi përmes celularit në marketingun e bizneseve në Shqipëri, si dhe të analizojë në mënyrë kritike kufizimet që has kjo praktike e re. Në fakt, në tregun shqiptar dy janë industritë që kanë përdorimin më të madh të teknikave të marketingut: industria e tele-komunikacionit dhe ajo bankare.

Përdorimi i marketingut në Shqipëri

Përdorimi i marketingut ka marrë rëndësi në vendet perëndimore pas viteve '50, kurse në Shqipëri pas viteve '90. Sipas Kotler-it (2008), marketingu i mirë nuk kryhet aksidentalisht, por është rezultat i një planifikimi e zhvillimi të kujdesshëm. Praktikrat e marketingut rregullohen dhe përshtaten vazhdimisht sipas ndryshimeve të industrisë, në mënyrë që të rrisin shanset e suksesit të kompanisë. Mirëpo puna e përsosur në marketing është shumë e vështirë dhe e rrallë (Borgerson & Schroeder, 2005). Periudhat e krizës ekonomike i frikësojnë bizneset dhe i detyrojnë të ulin shpenzimet. Eksperiencia e deritanishme në tregjet botërore, por së fundmi edhe me krizën e vitit 2009 në Shqipëri, ka treguar se fusha e parë ku pakësohen kostot është ajo e marketingut. Njerëzit e biznesit dhe publiku në tërësi kanë ende një koncept të gabuar për marketingun. Në fakt, ato që i sjellin sukses një kompanie, janë pikërisht idetë e tij dhe ofertat. Departamenti i marketingut, blerjes, kërkimit dhe zhvillimit, financat e të tjerat, ekzistojnë për të mbështetur punën e kompanisë në tregun e konsumit. Në fakt, "Shoqata Amerikane e Marketingut" i atribuon marketingut funksionin organizativ të një sërë proceseve, që ndërthuren për të krijuar, komunikuar dhe çuar vlerë tek konsumatorët, e po ashtu edhe për të menaxhuar marrëdhëniet me ta, në mënyrë që përfitimet të jenë të dyanshme. Pra, marketingu nuk duhet konsideruar si një aktivitet për të pasur shitje në kohë të shkurtër, por si një investim afatgjatë për kompaninë.

Teknikat e komunikimit të marketingut

Komunikimi i marketingut është një teknikë strategjike e përdorur nga menaxherët e markave, për të krijuar e mirëmbajtur imazhin tek tregjet e synuara. Në të shumtën e rasteve, këto teknika janë burim përparësish

konkurruese, në favor të tërheqjes së konsumatorëve të rinj dhe mirëmbajtjes e vlerësimit të konsumatorit aktual (Borgerson & Schroeder 2005). Marketingu integruar është një koncept i bazuar në zhvillimin dhe zbatimin e programeve të marketingut, proceseve dhe aktiviteteve që njohin pavarësinë e ndërlidhjet e tyre me njëra-tjetrën. Sipas Kotler-it dhe Caslione-s (2009), komunikimi në marketing, ose siç njihet më së shumti “promocioni miks”, konsiston tek reklamimi, promocioni i shitjeve, shitjet personale, marrëdhëniet publike e marketingu i drejtpërdrejtë, dhe përfaqëson një proces mediatik kritik, që lidh ofertat e kompanisë me konsumatorët e synuar.

Wildes-i dhe Singer-i (2009) i klasifikojnë fushatat e komunikimit në dy kategori të mëdha: në fushata për krijimin e markave dhe në fushata drejtuese. Fushatat që synojnë krijimin e markave, fokusohen më tepër në përdorimin e medieve masive, siç janë televizioni, radioja dhe mediet e printuara. Ky lloj komunikimi është i njëanshëm dhe synon të arrijë një audiencë masive në një kohë shumë të shkurtër, duke “dhunuar” shpeshherë edhe vëmendjen e përdoruesve. Ndryshe nga ky model fushate, fushatat drejtuese kanë si qëllim të ndihmojnë blerësit e mundshëm, duke u drejtuar vëmendjen. Ky lloj komunikimi është i personalizuar (një nga një) dhe synon të tërheqë vëmendjen e konsumatorit drejt reklamës. Institucionet bankare në Shqipëri, për shembull, përdorin për forcimin e imazhit dhe ofrimin e informacioneve, fushatat (që janë më shumë edukative) dhe mediet. Mediet që preferojnë bankat për reklama janë gazetatat, revistat, radioja, postimi direkt, reklamat *out-door* dhe reklamat televizive.

Duke vlerësuar dinamizmin dhe efektshmërinë e fushatave të komunikimit të marketingut, në Shqipëri identifikohen dy sektorë tregu, që përdorin maksimalisht dhe në mënyrë strategjike mjaft elementë të tij: *sektori bankar dhe ai i telekomunikacionit*. Duke iu referuar një kërkimi të zhvilluar nga Zeneli dhe Këllezi (2010), deri në fund të vitit 2008 shpenzimet e sektorit bankar e të telekomunikacionit në fushatat e komunikimit, shpërndareshin si më poshtë: sektori bankar zinte rreth 67% të tregut të reklamimeve në televizion, 17% *out-door* (media të jashtme), 10% në media e printuar, 3% në radio, dhe 1% në Internet. Ndërsa sektori i telekomunikacionit zinte rreth 55% të reklamimeve në ekran, 25% *ut-donor*, 15% në medien e printuar, 4% në radio dhe 1% në *web*.

Sipas Frances-it dhe Vriens-it (2004), kompanitë në mbarë botën shpenzojnë sasi të mëdha nga buxhetet e tyre për komunikimin në marketing, veçanërisht në reklama, megjithëse nuk kanë arritur ta masin ende saktësisht efektshmërinë e tyre. Në shekullin e ri janë shfaqur një sërë forcash, të cilat kërkojnë praktika të reja marketingu e biznesi. Kompanitë në ditët e sotme kanë kapacitete të reja, që mund t’u transformojnë mënyrat e zhvillimit të marketingut. Teknologjia po ofron kanale të shumta komunikimi dhe mënyra të reja dërgimi mesazhesh tek publiku, duke nxitur përgjigjet e tyre.

Mirëpo siç theksojnë në kërkimin e tyre edhe Ranjan-i dhe Lanka (2010), ajo ç’ka vihet re vitet e fundit, është se dëgjuesit kanë ndryshuar për sa u përket aspekteve demografike, mënyrave të jetesës, sjelljes konsumatore, etj. Gjithë këta

faktorë kërkojnë mjete alternative dhe mënyra të reja mesazhesh promocionale. Një nga ndryshimet më të rëndësishme, me të cilin janë ndeshur tregjet vitet e fundit, ka të bëjë me copëzimin e audiencës dhe medias, çka pritet të vazhdojë edhe në shekullin e ri ku jemi futur. Llojet e medieve janë shumëfishuar mjaft shpejt. Nëse më parë komunikimi i marketingut përdorte format tradicionale të komunikimit, siç janë televizioni, radioja, printimi dhe reklamimet jashtë shtëpie, tashmë çdo gjë shkon në mjedisin virtual. Metodat dhe kanalet që mundësojnë kryerjen e komunikimit mes konsumatorëve dhe biznesit, janë zgjeruar në mënyrë dramatike, aq sa një pjesë e konsiderueshme e buxhetit të marketingut, caktohet tashmë për komunikimin e marketingut të drejtpërdrejtë, duke u fokusuar tek fushatat e marrëdhënieve publike, sponsorizimet, menaxhimet e ngjarjeve, reklamimet në internet, vendosjen e produkteve e tek metoda të tjera të reja e krijuese të transmetimit të mesazhit.

Sipas Franses-it dhe Criens-it (2003), mesazhet e marketingut kanë filluar të shfaqen edhe në kontekste jotradicionale, përfshi këtu edhe reklamimin virtual gjatë ngjarjeve sportive, standat e afishimit në garazhet e ndërtesave, ato dixhitalet, ato në rërën e plazhit, tek lëkurat e bananes, bombolat e gazit, tatuazhet e përkohshme në trupat e personave publikë, etj.

Perceptimet e konsumatorëve kundër reformave të komunikimit

Marketingu, reklamimi dhe komunikimi janë konceptet kryesore në studimin e sjelljes konsumatore. Reklama, veçanërisht, është ajo që sjell gjuhën, grafikën, ngjyrat dhe simbolet e tjera, për të komunikuar me konsumatorët dhe botën e jashtme. Për krijimin e imazheve pozitive, marketuesit i ndërtojnë dhe i ndryshojnë vazhdimisht shenjat e simbolet, në mënyrë që të motivojnë blerjet konsumatore (Ranjan & Lanka, 2010). Kuptimi i ndikimit të fushatave të komunikimit mbi konsumatorët përfshin të kuptuarin e procesit bazik me të cilin ato operojnë për të shkuar tek zgjedhja e markës, njohja e saj, krijimin e imazhit dhe shitjet.

Në kohët e sotme, reklamimi është pjesë e biznesit dhe një element i rëndësishëm i ekonomisë së një vendi (Borgerson & Schroeder, 2005). Shoqatat për mbrojtjen e konsumatorëve deklarojnë se reklamat krijojnë dhe manipulojnë perceptimet e sjelljen e konsumatorëve të synuar, e po ashtu dhe të palëve të tjera. Ndërkohë, disa studiues si Ranjan-i dhe Lanka (2010), e vënë theksin tek rëndësia e reklamës si një dokument arti, si një mënyrë paraqitjeje dhe kuptimi të botës. Çdo reklamë ka hijen e kulturës vendase dhe e lejon lexuesin/shikuesin të negociojë e të ndajë tematikat (Ranjan & Lanka, 2010). Simbolet u krijuan nga njerëzit dhe janë pikërisht ato që krijuan botën dhe marrëdhëniet ndërpersonale, njësoj siç bëri feja, shkenca dhe arti. Ana simbolike dhe bashkëbisedimi në një reklamë, transportohen tek audiencat e synuara përmes eksperiencave dhe shfaqjeve kulturore. Përsëritja, më pas, ndihmon për shndërrimin e perceptimeve kulturore në perceptime natyrore. Reklama pra, krijon perceptimin e një realiteti, duke e pozicionuar produktin në tregun konkurrues të marketingut, në mënyrë që të komunikojë më fuqishëm dhe ta çojë botën drejt konsumimit.

Studime të ndryshme kanë treguar se fushatat e reklamimit të transmetuara si në mediet tradicionale, ashtu edhe në ato të reja, ose injorohen nga audienca e synuar ose perceptohen si pa shumë vlerë (Wildes & Singer, 2009). Duke marrë parasysh edhe ndryshimet e tregut në ditët e sotme, sipas Wildes-it dhe Singer-it (2009), sfidat e reklamuesve janë më të mëdha, pasi numri i reklamave që konkurojnë për tërheqjen e vëmendjes së konsumatorëve, rritet çdo ditë e më shumë. Literatura mbi reklamimin studion njëkohësisht edhe perspektivën e reklamuesit, edhe atë të konsumatorit. Për shembull, nga perspektiva e reklamuesit, çdo reklamë synon të krijojë ose të fuqizojë emrin e markës dhe, si pasojë, të motivojë blerjet. Ndërsa, nga perspektiva e konsumatorit, një reklamë mund edhe të mos nxisë drejt blerjes, nëse perceptohet si e parëndësishme në nevojat aktuale.

Prezantimet e reja teknologjike sa vijnë e i orientojnë më shumë individët drejt përdorimit të internetit. Mediet tradicionale, të përdorura për një periudhë të gjatë kohe, nuk janë më aq tërheqëse për vëmendjen e konsumatorit. Sipas Wildes-it dhe Singer-it (2009) reklamimi në mediet tradicionale si televizioni, radioja apo printimi, po e humbet aftësinë e transferimit të informacionit e të nxitjes së individëve për blerjen e produkteve; nga ana tjetër, reklamimi në mediet ndërvepruese, si faqet e internetit, banerat, aparatet celulare, sa vijnë e po fuqizohen gjithmonë e më shumë. Nuk ka dyshim që përdorimi i këtyre lloj reklamave, do të rritet edhe më tepër në të ardhmen.

Interneti si mjet marketingu (e-biznes; e-marketing)

Fenomeni “internet” nisi më 1994-n dhe qysh atëherë sektori është zgjeruar në mënyrë marramendëse. Sipas Demers-it dhe Baruch-it (2000), industria e internetit u zhvillua në vitin 2000 nga një industri e sapolindur në sektorin teknologjik, e cila qe e treta për nga vlera e tregut. Madje në 1999-n të ardhurat e kompanive të internetit i kaluan të ardhurat e krijuara nga PC-të, dhe ishin vetëm pak më të pakta nga të ardhurat e nxjerra prej industrisë së konsoliduar të prodhimit të *software*-ëve.

Me gjithë krizën financiare të vitit 2000, shkaktuar nga ajo që u quajt “fluska e internetit”, përdorimi i tij u bë i pashmangshëm në çdo aspekt të jetës dhe të biznesit. Siç shprehet Demers-i dhe Baruch (2006), “teknologjia e ndryshon biznesin, madje edhe bërjen e tij”, dhe interneti është shembulli që e dëshmon më mirë. Ai ndryshoi një herë e përgjithmonë mënyrën e ndërveprimit të individëve dhe, automatikisht, edhe mënyrën e mbërritjes së kompanive tek ta. “Interneti nuk është më thjesht një grup teknologjik, por një mënyrë e re e të menduarit, madje një perspektivë biznesi, një shprehje që kap ndryshimet rrënjësore dhe ndikimin që kanë ato në mënyrën se si ne mendojmë dhe jetojmë” (Demers & Baruch, 2006).

Në fakt, në ditët e sotme, të rinjtë socializohen, flirtojnë, bisedojnë, krijojnë marrëdhënie dhe lënë takime me njëri-tjetrin online. Studimet tregojnë se rinia sot e përdor teknologjinë e internetit më së shumti për të bashkëbiseduar me njerëzit e njohur. Ndarja e informacionit nëpërmjet rrjeteve sociale ose *chat*-eve, është një urë e fortë lidhëse midis grupeve shoqërore. Duke vëzhguar mundësinë e internetit në

kapjen e audiencave, mjaft kompani të ndryshme nisën të vendosnin aty komunikimet përkatëse në formën e reklamave.

Përdorimi i internetit rritet dita-ditës edhe në Shqipëri dhe, në zonat e zhvilluara të saj, sidomos në Tiranë e rrethina, kjo është bërë një gjë më se e natyrshme. Megjithatë, problematikat e mungesës së “Shërbimit Universal” dhe “Digital Divide”, e kanë penguar disi përdorimin e tij në zonat më të pak të zhvilluara. Pikërisht për këtë motiv, duke marrë parasysh që audiencat e synuara po kthehen gjithmonë e më shumë drejt teknologjisë, komunikimi i marketingut duhet të fillojë të fusë në strategjitë e tij më shumë teknika ndërvepruese, si telefonat celularë apo teknika të tjera të personalizuara (Franses & Vriens, 2004).

E-business, E-commerce, E-marketing

Zhvillimi i madh e i menjëhershëm i internetit, mundësia për të komunikuar me një numër të madh klientësh të mundshëm, pavarësisht nga vendndodhja gjeografike, u dha mundësinë kompanive të fitonin klientë të paplanifikuar më parë, e gjithashtu, përmes shfrytëzimit të të gjitha përparësive që ofronte ai për të komunikuar, edhe të prodhonin produkte e shërbime të tjera. Lindi kështu një model i ri i të bërit biznes, që u quajt *e-biznes*. Sipas Tiwari-t (2006) “termi biznes u referohet gjithë veprimeve që ndërmerr firma, në mënyrë që të prodhojë dhe të shesë produkte e shërbime”. Pjesë e këtyre aktiviteteve janë edhe aktivitetet për shitjen e produkteve, shërbimet e transaksionet që lidhen me to, të cilave u referohemi si *e-commerce* ose *e-tregti* (Tiwari, 2006). Nga ana tjetër, me zhvillimin e internetit, marketimi i produkteve dhe i shërbimeve merr një dimension të ri. Produktet apo shërbimet e krijuara qoftë përmes një modeli *e-biznes*-i ose jo, mund të marketohen duke shfrytëzuar mundësitë e panumërta që ofron interneti. Ky proces u quajt natyrshëm *e-marketing* (krijimi, shpërndarja, vendosja e çmimit dhe komunikimi i produkteve nëpërmjet internetit).

Qëllimi kryesor i marketingut është ndërtimi dhe mbajtja e një marrëdhënieje afatgjatë me blerësin. Sipas Machand-it dhe Chintagunta-s (2003) “një nga përparësitë kryesore të ekonomisë dixhitale, është pikërisht lehtësimi i kësaj marrëdhënieje”. Automatikisht *e-marketing*-u bëhet një nga format më të rëndësishme të marketingut. “Interneti është një alternativë e tregjeve reale, i cili jo vetëm është më i efektshëm, por edhe më frutdhënës, sepse fshin kufijtë gjeografikë dhe ka barriera hyrjeje të ulëta. Format e komunikimit të marketingut në internet janë po aq të shumta sa edhe në ekonominë reale”, shprehet Bailey (2007), duke i listuar ato si më poshtë: faqe *web*-i, reklama *online*, marketing direkt nëpërmjet *email*-it, marketing i bazuar tek leja e marrë nga klienti, shkëmbim të dhënash *online*, marrëdhënie me publikun *online*, marketing i integruar nëpërmjet internetit.

Një numër gjithmonë e më i madh njerëzish, marrin kudo dhe kurdo informacione e lajme përmes faqeve të internetit apo edhe telefonave celularë, çka u jep profesionistëve të marketingut mundësinë e kontaktimit me grupe të ndryshme njerëzish. Pra interneti ofron mundësinë e komunikimit lehtësisht me grupet e

ndryshme të përzgjedhura, por siç vazhdon Morozaan-i (2011), ai lejon gjithashtu edhe mundësinë e ofrimit të materialeve të zgjedhura për t'u shitur, sipas interesave të çdo blerësi. Dallimi midis formave të ndryshme të komunikimit të marketingut (reklamimit, marrëdhënieve publike, promovimit të i shitjeve dhe shitjet direkt) nuk është i qartë në internet dhe zakonisht faqe të ndryshme të tij apo organizatave të caktuara, janë një kombinim i të gjitha këtyre formave. Siç shprehet Morozaan-i (2011), një nga arritjet më të mëdha të *e-marketingut* është që *mix*-i i marketingut nga agjent i prodhuesit, po shndërrohet gjithmonë e më shumë në agjent të klientit, duke pasqyruar kështu interesat e blerësit. Marketingu përmes internetit është bërë kaq i rëndësishëm, saqë "Shoqata Amerikane e Marketingut" ka krijuar një kod etike për marketingun *online*.

Zhvillimet teknologjike që nga viti 1994 (baner-i i parë në internet), kalimi nga web 1.0 në 1.5, pastaj në web 2.0, e kanë kthyer internetin në një vizion të ri, në një mënyrë sjelljeje, në një fenomen kulturor ku mund të ndërveprojnë të gjithë. Shembuj të suksesshëm të shfrytëzimit të këtij modeli teknologjik, për ndërtimin e realiteteve që gjenerojnë të ardhura përmes *e-marketingut* janë: Google (*Gmail*, *Google Calendar*, *Google Docs and Spreadsheets*, *Google Reader Scholar*, *Google Book Search*, *Blogger*, *You Tube* - blerë në 2006, *Google Maps*), Amazon, Yahoo (*Yahoo Mail*, *de.licio.us*, *flickr* - soft për të shpërndarë foto, *yahoo.com* - portal i personalizuar, *Yahoo në çast*, etj), Morozaan (2011). Madje, thuhet se e ardhmja do të jetë zhvillimi në atë që quhet web 3.0. Pra nga një komunikim dydrejtimësh, *website*-t do mësojnë përditë e më shumë se çfarë pëlqejnë apo nuk pëlqejnë përdoruesit, duke u kthyer në profile të personalizuara për secilin prej tyre.

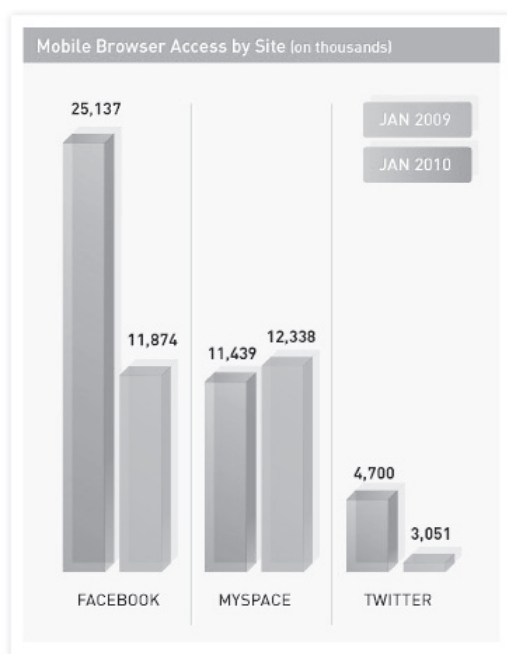
Rrjetet sociale në internet

Një nga zhvillimet e internetit që ka marrë hov vitet e fundit janë rrjetet sociale. Rrjete si Facebook-u, Twitter-i, LinkedIn-i etj, janë bërë platforma komunikimi për miliona njerëz në gjithë botën. Sipas Strahilevitz-it (2004), sociologët, informaticienët, inxhinierët elektronikë, ekonomistët dhe kërkuesit e fushave të ndryshme, kanë mbërritur prej disa dekadash drejt një kuptimi të përbashkët mbi mënyrën se si funksionon pjesa më e madhe e botës, fenomen ky që përshkruhet si "teoria e rrjetit". Megjithatë, rrjetet sociale kanë të bëjnë me lidhjet dhe nivelin e lidhjeve që kanë pjesëtarët e tyre me njëri-tjetrin. Ato janë dinamike dhe njerëzit bëjnë vazhdimisht lidhje të reja.

Krijimi dhe zhvillimi i rrjeteve sociale në internet erdhi natyrshëm për hir të vetë natyrës së internetit. *Email*-i i ndihmoi njerëzit për vite me radhë të komunikonin me të afërmit, të njohurit apo kolegët, pavarësisht vendndodhjes gjeografike; *chat*-i pruri komunikimin në kohë reale, kurse risia e rrjeteve sociale ishte mundësia e bashkëjetesës në një komunitet virtual, ku mund të jepje e merrje informacione të formave të ndryshme, jo vetëm me të njohurit e tu, por edhe me të njohurit e tyre e më tej. Rrjetet sociale në internet, sipas Hogan-it (2009), ndryshojnë në varësi të

mundësive të pjesëmarrësve dhe qëllimit. Ndërkohë që disa *site* u shërbejnë vetëm një numri grupesh me interesa të veçanta, të tjerë si Facebook-u, LinkedIn-i dhe MySpace, janë bërë për të qenë të dobishme shoqërisht; ai i cilëson ato si “rrjete sociale të artikuluar publikisht”, të cilat gëzojnë edhe një tjetër karakteristikë, atë shtrirjes në shumë shtete. Sipas Morozan-it (2011) Facebook-u është rrjeti i dytë më i madh social në Britani, i treti në Kanada dhe i pesti në US, Francë dhe Itali.

Sipas “Mobile Marketing Report” (2010), përdorimi i rrjeteve sociale në dy vitet e fundit është si me poshtë:



Siç shihet edhe nga tabela e mësipërme, përdorimi i forumeve sociale është rritur ndjeshëm me kalimin e viteve. Kuptohet që Facebook-u ka një përdorim më të lartë krahasuar me MySpace-in, i cili është edhe më i vjetri në treg. Rritje të përdorimit shënon edhe Twitter-i, si më i ri në këtë industri. Përdorimi i tij është rritur ndjeshëm nga 2009-a në 2010, dhe numri i përdoruesve të tij nga 3,051 ka mbërritur në 4,700.

Megjithatë, pavarësisht anëve pozitive, rrjetet sociale janë sfiduar shpesh për hir të nivelit të lartë të rrezikut që mbartin për sa u përket elementëve të privatësisë së individit. Jo rrallë ato janë shndërruar në baza apo në mbështetëse të çështjeve të ndryshme ligjore.

Duke pasur mundësi kontaktimi me një numër kaq të madh e të ndryshëm individësh, rrjetet sociale janë vendet më të mira për marketing. Dhe nuk është e çuditshme që kjo është mënyra më të cilën këto faqe *web*-i gjenerojnë të ardhura. Ato, përveç metodave të zakonshme të *e-marketingut*, si reklamat me baner etj., krijojnë edhe mundësinë e shfrytëzimit të ideve alternative. Sipas Truso-së dhe Bucklin-it (2009) marketingu “gojë më gojë” është një nga mënyrat më të mira, madje më të efektshme

e më pak të kuptuarat”. Po sipas tyre, strategjitë e marketingut “gojë më gojë” janë shumë tërheqëse, sepse mundësojnë kapërcimin e rezistencës së konsumatorit me kosto shumë më të ulëta dhe e përçojnë më shpejt informacionin, sidomos përmes internetit. Me këtë filozofi, rrjetet shoqërore në internet janë vendi i përkryer për të zbatuar këtë formë të re marketimi. Këto *website* përmbajnë informacione për përdoruesit, çfarë u pëlqen, dhe ofrojnë gjithashtu edhe mjete të thjeshta përdorimi, në funksion të ftesës së njerëzve të tjerë për përdorimin e të njëjtit shërbim.

Sipas Truso-së dhe Bucklin-it (2009) kompanitë e internetit përdorin disa strategji të kalimit “gojë më gojë” si *Marketimi viral* - krijimi i mesazhve zbavitëse për t’u kaluar nga njëri përdorues tek tjetri, njësoj si shpërndarja e një epidemie, shpesh elektronikisht ose me *email*; *Program reference* - krijimi i mjeteve që u lejojnë klientëve të kënaqur t’ua referojnë produktin apo shërbimin miqve ose familjarëve; *Marketimi në komunitet* - formimi ose mbështetja e komuniteteve ekskluzive, që kanë gjasa të ndajnë interesa për një produkt apo *brand* (si grupe përdoruesish, klube fansash dhe forume diskutimi) dhe krijimi i mjeteve, përmbajtjes e informacionit për mbështetjen e këtyre komuniteteve.

Marketingu nëpërmjet telefonit

Zhvillimi kaq i madh i internetit dhe përdorimi i tij në të gjitha fushat e jetës e të biznesit, solli kulturën e të pasurit gjithçka në çdo kohë. Sipas Tiwari-t (2006) *e-commerce* do të thotë të kesh mundësi futjeje në proceset e biznesit në çdo kohë. Kompjuterat që e ofrojnë këtë shërbim janë statikë, gjë që do të thotë se futja në proceset e biznesit varet nga vendndodhja gjeografike. Me zhvillimin e habitshëm të teknologjisë së lëvizhme, komunikimi merr një dimension të ri. Ai, jo vetëm me zë, por edhe me të dhëna, bëhet në çdo kohë dhe në çdo vend, e kjo për bizneset do të thotë prani e proceseve të biznesit në çdo kohë dhe në çdo vend.

Me përhapjen e gjerë të teknologjisë së celularit, rritet natyrshëm edhe numri i shërbimeve të ofruara përmes tij. Zhvillimet teknologjike dhe konvergjenca midis rrjeteve mobile dhe atyre kompjuterike, mbështetet tek zhvillimi i shërbimeve si veprimet bankare, mënyra zbavitjesh dhe marketingu përmes celularit, të cilat mund të quhen *m-commerce* apo *m-tregti* (apo *m-business*). Sipas Tiwari-it (2006) *m-commerce* nuk përfshin gjë tjetër veçse shërbimet e reja që mundësohen përmes teknologjisë lëvizëse; shpesh *m-commerce*-it i referohen si *e-commerce* nëpërmjet celularit, kjo sepse shërbimet e ofruara nuk janë gjë tjetër veçse transaksione elektronike të kryera përmes një pajisjeje lëvizëse. Pra, një kombinim i teknologjisë lëvizëse me rrjetet kompjuterike.

Karakteristikat e *m-commerce*-it janë disa, si për shembull aftësia e të qenit kudo në të njëjtën kohë, të menjëhershme, të lokalizueshme, ofrojnë mundësinë e pasjes së shërbimeve e produkteve në varësi të vend ndodhjes, të konektueshme menjëherë, me funksione pro-aktive, kanë procedurë autentifikimi të thjeshtë. Gjithë këto karakteristika të shërbimeve të *e-commerce*-it e bëjnë këtë ambient shumë të përshtatshëm për t’u shfrytëzuar nga marketuesit. Ky përdorim i celularit quhet *m-marketing* dhe përfshin përdorimin e teknologjisë lëvizëse si instrument për rritjen

e shitjeve, fitimin dhe mbajtjen e klientëve, si dhe për përmirësimin e shërbimeve pas shitjes, përmirësimin e imazhit, *brand-it* dhe bërjen e kërkimeve në marketing.

Tipat e marketingut përmes celularit që përdoren aktualisht nga kompanitë në të gjithë botën, dhe së fundmi edhe në Shqipëri, e që pritet të sjellin risi në komunikimin e integruar të marketingut, përfshijnë: (1) SMS (mesazhet e shkruara), ku përfshihen *kuponat nëpërmjet celularit; menaxhimi i marrëdhënies me klientët dhe i imazhit të markës; shërbimet financiare nga përmbajtja publicitare; argëtim*; (2) Aplikime në teknologjinë celulare; (3) Shërbime të bazuara tek vendndodhja dhe reklama; (4) Rrjete sociale; (5) Web nga celulari, etj.

Sipas GeEci-it (2008) praktikuesit e marketingut kanë pohuar prej vitesh se pajisjet lëvizëse do të bëheshin brezi tjetër i kanaleve të marketingut, pas materialeve të printuara, televizioneve, radios, *email-it* dhe *web-it*. Tani është koha që kjo të ndodhë! Dhe në fakt, marketingu nëpërmjet celularit e ka përcaktuar udhën e tij, për shkak të teknologjive risisjellëse dhe përmasave të teknologjisë *wireless*. Ideja për marketing nëpërmjet celularit, nisi me përdorimin e mesazheve të shkurtra, SMS-ve, por kjo lloj gjëje u perceptua si *spam*. Sot marketingu përmes telefonit lëvizës është një industri e rregulluar dhe kontrolluar nga shoqata të ndryshme nëpër botë, dhe është kthyer në një nga mediumet kryesore të marketingut.

Përfundime

Synimi i këtij artikulli ishte studimi i ndikimit që ushtron përdorimi i formave të reja të komunikimit të marketingut, si në kontekstin social, ashtu edhe në atë të biznesit. Duke shqyrtuar evoluimin e formave të komunikimit të marketingut ndër vite dhe njëkohësisht duke marrë parasysh ndryshimet në kontekstet demografike dhe psiko-grafike të tregut, u përpoqëm të identifikonim mundësinë e komunikimit të marketingut nëpërmjet celularit.

Specifikisht, studimi i mësipërm kishte si synim të analizonte ndikimin që ka pasur përdorimi i formave të ndryshme të promocionit. Me gjithë zhvillimet pozitive, janë periudhat e krizës ekonomike ato që i frikësojnë më së shumti bizneset, duke i detyruar të ulin shpenzimet. Eksperienca e deritanishme ka treguar se fusha e parë e pakësimit të kostove është ajo e marketingut. Ende në ditët e sotme, njerëzit e biznesit dhe publiku në tërësi, vazhdojnë të kenë një koncept të gabuar për të. Kompanitë mendojnë se ai ekziston për të “hequr” produktet nga kompania. E vërtetë është e kundërta, departamenti i prodhimit ekziston për të mbështetur aktivitetin e marketingut dhe, referuar studimeve të ndryshme dhe situatës aktuale të Shqipërisë, bizneset në vend duhet të bëjnë krejtësisht të kundërtën.

Faktikisht, në pjesën më të madhe të kompanive në Shqipëri dhe veçanërisht tek kompanitë që operojnë në industritë bankare e në atë të tele-komunikacionit, aktivitetet promocionale zënë një pjesë të rëndësishme të buxhetit të marketingut miks. Zakonisht, menaxherët e komunikimit të marketingut dhe menaxherët e markave, parashatrojnë objektiva të caktuara për format e ndryshme të promocioneve, si rritjen e njohurisë së konsumatorëve; mbajtjen ose rritjen e besnikërisë së konsumatorëve;

nxitjen e provimit të markave etj. Pavarësisht popullaritetit të formave të ndryshme të promocionit dhe shpenzimet që shkojnë për to, ka mjaft raste ku këto fushata nuk janë të suksesshme. Një sërë kërkimesh kanë identifikuar dyshimin, si një nga elementët që mbizotëron tek individët, mbi një sërë teknikash të komunikimit të marketingut, përfshirë këtu edhe dy nga format më të suksesshme të saj, siç janë reklama dhe marrëdhëniet me publikun.

Kalimi nga kryerja e marketingut përmes internetit në atë të celularit, është identifikuar nga shumë ekspertë të ekonomisë si një ndër teknikat më të fundit dhe më strategjike të biznesit e veçanërisht të komunikimit të integruar të marketingut. Ky lloj komunikimi ka përparuar me zhvillimin e industrisë së tele-komunikacionit, mirëpo zanafilla e kësaj teknike është e lidhur ngushtë me lindjen e SMS (mesazheve të shkruara nëpërmjet celularit). Siç thekson edhe literatura e cituar më sipër, termi “celular” në ditët e sotme përfshin një sërë pajisjesh të reja që kryejnë funksione nga më të larmishmet, duke filluar që tek transmetimi i zërit, figurave, tekstit, lëvizjes etj. Pra, në tregun e ditëve të sotme, zhvillimet teknologjike po paraqesin mjaft “mundësi strategjike” për reklamuesit. Specifikisht, në një vend si Shqipëria, ku depërtimi i telefonisë celulare është më shumë se 110%, zhvillimi i tregtisë dhe reklamave përmes celularit, shihet si një teknikë mjaft fuqishme për të gjeneruar të ardhura.

Një ndër arsytet pse literatura dhe ekspertët e industrisë deklarojnë se reklamimi me anë të celularit është si i efektshëm, ashtu edhe frutdhënës në ditët e sotme në botë, lidhet ngushtë me ndryshimet që kanë ndodhur si nga pikëpamja demografike, ashtu edhe nga ajo psikografike e konsumatorëve të synuar prej kompanive. Por reklamimi me anë të celularit, u ka mundësuar gjithashtu markave në vendet e zhvilluara, t’i arrijnë efektivisht audiencat e synuara në çdo kohë dhe vend ku ata ndodhen, krahasuar kjo me reklamimet nëpërmjet PC-ve, televizioneve apo medias së printuar. Celulari ka aftësinë ta zgjedhë audiencën e synuar në mënyrë individuale, kurse komunikimi në mediet tradicionale synon të arrijë një treg më masiv.

Në Shqipëri, çdo individ ka të paktën një celular dhe, në këndvështrimin e marketingut, kjo mundëson arritjen e gjithë audiencave të synuara, pa pasur asnjë shfaqje të çuar dëm. Si rrjedhojë, tregtia dhe reklamimi përmes celularit, do të luajnë një rol të rëndësishëm në fushatat e komunikimit të kompanive në Shqipëri, duke i lejuar konsumatorët të kryejnë blerje ose ndërveprime të menjëhershme, nëpërmjet veprimeve të ndryshme në celularin e tyre. Pikërisht për hir të mundësive që ofrojnë këto veprimi, telefonat më të përparuar teknologjikisht, të njohur ndryshe edhe si “smart phones”, po korrin sukses në tregun shqiptar.

Për më tepër, përdorimi i rrjeteve sociale falë internetit në celular, që sa vjen e rritet, e bën reklamimin nëpërmjet celularit një medium mjaft të fuqishëm. Përveç internetit që sot mundësohet nga operatorët celular në vend si AMC, Vodafone, Eagle Mobile dhe Plus Communication, pothuajse në çdo mjedis publik në Shqipëri ka *internet wireless*. Rrjedhimisht, konsumatorët mund të arrihen në çdo orë të ditës ose natës, kudo që të ndodhen. Ky element, e bën këtë medium më të veçantë nga gjithë mediumet e tjera në dispozicion të planifikuesve të medias. Mirëpo këto përmirësime vijnë si përparësi vetëm për marketuesin. Në këndvështrimin e

konsumatorit situata është ndryshe! Marketimi dhe reklamimi nëpërmjet tyre, thyejnë privatësinë e individëve. Ata mund të frustrohen nga mesazhet e marra në çaste të padëshirueshme, duke krijuar në këtë mënyrë perceptime negative rreth kësaj metode të re komunikimi.

Dhe së fundmi, ky lloj komunikimi ashtu si edhe format e tjera të medias, vuan nga “rërmuja”, që do të thotë nga një bombardim mesazhesh të shumëllojshme, çka sjell edhe një vëmendje të kufizuar të konsumatorit ndaj tyre.

Bibliografia

- Benedetto, C.A. (1999). “Identifying the Key Success Factors in New Product Launch”. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 16: 530-544. Elsevier.
- Borgerson, J. L. dhe Schroeder, J. E. (2005). “Identity in Marketing Communications: An Ethics of Visual Representation”. *Marketing Communication: New Approaches, Technologies and Styles*. Oxford University Press.
- Bailey, A. A. (2007). “Public Information and Consumer Skepticism Effects on Celebrity Endorsements: Studies among Young Consumers”. *Journal of Marketing Communications*, 13 (2): 85-107. Routledge.
- Demers. E. & Baruch. L. (2006). “A rude awakening: Internet Shakeout in 2000”.
- Forehand, M. R. & Grier, S. (2003). “When is Honesty the Best Policy? The Effect of Stated Company Intent on Consumer Skepticism”. *Journal of Consumer Psychology*, 13 (3): 349-356. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Franses, P. H. & Criens, M. (2003). *Advertising Effects on Awareness, Consideration and Brand Choice Using Tracking Data*. ERIM Report Series Research in Management.
- GeEi. Ye. (2006). “Mobile Marketing Systems: Framework and Technology Enabler”, Johns Hopkins University. Available at www.ssrn.com
- Ondrus. J & Pigneur. Y, “Towards a holistic approach of Mobile Payments: A Multiple Perspective Approach”, *Electronic Commerce Research and Applications*, 5, (3) : 246-257.
- Hogan. B. (2008). “A comparison of on and offline networks through the Facebook API”.
- Kotler, P. & Caslione, J. A. (2009). “Chaotics. The Business of Managing and Marketing”. *Age of Turbulence*. AMACOM.
- Machand. P. & Dube J.P. & Goh. K.Y & Chintagunta. K.P. (2003). *Banner advertising as a customer retention tool in customer relationship management*. www.ssrn.org.
- Morozan. Ch. (2011). “Principles and Evolution of the Internet Marketing”, *Economic Sciences Series*, Volume XI, Issue 1. Ovidius University. Available at www.ssrn.org
- Tiwari. R. (2006). “From Electronic to Mobile Commerce: Opportunities through technology convergence for business services”. *Tech-Monitor*. Available at www.ssrn.org.
- Ranjan, D.S. & Lanka, S. (2010). “Science of Semiotic Usage in Advertisements and Consumer’s Perception”. *Journal of American Science*, 6 (2). Marsland Press.
- Strahilevitz. J. L. (2004). “A social network theory of privacy”. The University of Chicago. Available at www.ssrn.org.
- Stephen. T. A., & Toubia. O. (2010). “Deriving Value from Social Commerce Networks”. *Forthcoming at Journal of Marketing Research*. Available at www.ssrn.com.
- Trusov. M. & Bucklin. E.R. & Pawels. H. C. (2010). “Effects of word of mouth versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site”.
- Wildes, J. J. dhe Singer, B. E. (2009). “Non – Traditional Advertising During Economic Turbulence”. *New York Law Journal*, Vol. 241, No. 111.

Zhvillimi i Burimeve Njerëzore Shqiptare në Menaxhimin Organizacional të Krizave

Teuta Dobi*

Abstrakt

Menaxhimi i krizave në zhvillimin e burimeve njerëzore është një fushë shumë e studiuar, kjo ndoshta dhe për faktin se gjithmonë e më shumë është bërë i njohur ndikimi që kanë krizat institucionale në performancën individuale dhe në performancën e organizatës. Punimi trajton rolin strategjik që luan zhvillimi i burimeve njerëzore në kontekstin e menaxhimit organizacional të krizave duke përdorur një model strategjik të burimeve njerëzore si një kornizë udhëheqëse për të kuptuar mënyrat e ndryshme në të cilat burimet njerëzore mund të ndërtojnë aftësitë e menaxhimit të krizave në organizata.

Kur organizatat fillojnë dhe bëhen më të ndërlikuara nga pikëpamja teknologjike dhe nga pikëpamja globale dhe fillojnë të operojnë në mjedise më sfiduese, nevoja për të lidhur planifikimin e menaxhimit të krizave me strategjinë e biznesit kthehet në një çështje parësore, gjë e cila mbetet e vërtetë edhe për Shqipërinë. Menaxhimi i krizave kërkon zhvillimin e aftësive specifike të organizatës si dhe të ndërhyrjeve të të mësuarit dhe të performancës, të cilat bëjnë të mundur që grupet e interesit të identifikojnë, të përgjigjen dhe të rimarrin veten nga pasojat e krizave. Zbatimi i suksesshëm i planit të menaxhimit të krizave kërkon një integrim strategjik të një niveli të lartë midis zhvillimit të burimeve njerëzore, strukturës organizative, kulturës dhe strategjisë.

* Dr. Teuta Dobi, Presidente e Universitetit Europian të Tiranës, vjen nga një karrierë e pasur akademike si Pedagoge e Universitetit Politeknik të Tiranës prej 10 vitesh, ku ka mbrojtur titullin “Doktore e Shkencave në Inxhinieri” dhe ka kontribuar në shkencat menaxheriale. Me fitimin e Bursës “Fulbright/Humphrey” ka kryer specializim të gjatë në Administrim Biznesi në Shkollën e Marrëdhënieve Publike “Lyndon B. Johnson” të Universitetit të Teksasit, në Austin, ku edhe është shpallur “Qytetare Nderi e Teksasit”. Me mbrojtjen e Titullit “Master në Administrim Biznesi” nga Fakulteti Ekonomik & Universiteti i Nebraskës-Lincoln ka kontribuar në zhvillime madhore të biznesit në Shqipëri.

Duke u bazuar në teorinë e sistemeve për të modeluar marrëdhëniet në organizatat komplekse, është zhvilluar një kornizë e faktorëve që ndikojnë eventet në organizata: teknologjia, struktura organizuese, faktorët njerëzorë, kultura organizuese, psikologjia e menaxhimit të lartë, të cilat janë trajtuar në punim nëpërmjet emergjencës dhe natyrës së zhvillimit të burimeve njerëzore në kontekstin e Shqipërisë. Një rënie e secilit prej këtyre faktorëve shpesh është shkaktuar nga një krizë ose mund të shkaktojë një të tillë. Modeli i Menaxhimit të krizave i cili paraqitet në këtë punim përfaqëson një përpjekje për të kuptuar dhe menaxhuar krizat dhe është fokusuar në nxjerrjen e njohurive organizative si edhe për të përdorur atë njohuri që përfitohet për të ristrukturuar krizën e sistemit. Kështu, ky studim mbështet profesionistët shqiptarë të zhvillimit të burimeve njerëzore për të identifikuar, dizenuar dhe implementuar disa nga ndërhyrjet në fushën e trajnimeve, zhvillimit të karrierës dhe organizatës, nevojës për të përgatitur organizatat për t'u përballur me situatat e krizave.

Hyrje

Menaxhimi i krizave kërkon zhvillimin e aftësive specifike të organizatave, të performancës dhe të të mësuarit që iu mundësojnë grupeve të interesit që të identifikojnë, t'u përgjigjen dhe të rekuperojnë gjatë situatave të krizave. Implementimet e suksesshme të menaxhimit të krizave kërkojnë që të zhvillojnë integrimin strategjik të një niveli të lartë midis zhvillimit të burimeve njerëzore, strukturës organizuese, kulturës dhe strategjisë.

Duke u bazuar në teorinë e sistemeve për të modeluar marrëdhëniet në organizatat komplekse (të ndërlikuara), është zhvilluar një kornizë e faktorëve që ndikojnë eventet në organizata: teknologjia, struktura organizuese, faktorët njerëzorë, kultura organizuese, psikologjia e menaxhimit të lartë, të cilat në këtë punim janë trajtuar nëpërmjet emergjencës dhe natyrës së zhvillimit të burimeve njerëzore në kontekstin e Shqipërisë. Një rënie e secilit prej këtyre faktorëve shpesh është shkaktuar nga një krizë ose mund të shkaktojë një të tillë.

Menaxhimi i krizave në zhvillimin e burimeve njerëzore është një fushë jo shumë e studiuar me gjithë faktin që gjithmonë e më shumë është bërë i njohur ndikimi që kanë krizat institucionale në performancën individuale dhe të organizatës. Punimi trajton rolin strategjik që luan zhvillimi i burimeve njerëzore në kontekstin e menaxhimit organizacional të krizave duke përdorur një model strategjik të burimeve njerëzore si një kornizë udhëheqëse për të kuptuar mënyrat e ndryshme në të cilat burimet njerëzore mund të ndërtojnë aftësitë e menaxhimit të krizave në organizata.

Kur organizatat fillojnë dhe bëhen më të ndërlikuara nga pikëpamja teknologjike dhe globale dhe fillojnë të operojnë në mjedise më sfiduese, nevoja për të lidhur planifikimin e menaxhimit të krizave me strategjinë e biznesit kthehet në një çështje parësore, gjë e cila mbetet e vërtetë edhe në Shqipëri. Modeli i Menaxhimit të

Krizave i cili paraqitet në këtë punim përfaqëson një përpjekje për të kuptuar dhe për të menaxhuar krizat dhe është i përqendruar për të rritur të mësuarin organizativ dhe për të përdorur atë njohuri që përfitohet për të ristrukturuar krizën e sistemit. Ky model do të analizohet më shumë në këndvështrimin e zhvillimit të burimeve njerëzore shqiptare dhe në përpjekjet për menaxhimin e krizave, për të përfunduar me përkthimin e tij sipas perspektivës ekonomike, socio – kulturore dhe politike shqiptare.

Gjatë krizave në mjedisin rrethues shqiptar ashtu si dhe në çdo vend tjetër, është vlerësuar që organizatat ndërtojnë njohuri në bazë të krizave dhe në bazë të aftësive për t'u përballur me to. Këto njohuri krijojnë mundësi specifike për zhvillimin e burimeve njerëzore për të avancuar rolin e tyre si dhe për të mbështetur përpjekjet organizative për menaxhimin e krizave. Ndërsa me kalimin e kohës, organizatat bëhen edhe më shumë komplekse nga ana teknologjike dhe fillojnë operojnë në një mjedis global gjithnjë e më të paqëndrueshëm, dhe nevoja për të adresuar çështjet e menaxhimit të krizave me strategjinë e biznesit rritet gjithnjë e më tepër.

Ky studim dhe konkluzionet e tij mbështesin profesionistët shqiptarë të zhvillimit të burimeve njerëzore për të identifikuar, dizenuar dhe implementuar disa nga ndërhyrjet në fushën e trajnimeve, zhvillimit të karrierës dhe organizatës, nevojës për të përgatitur organizatat për t'u përballur me situatat e krizave. Shkrimi fillon me një përshkrim të shkurtër të krizave, duke identifikuar faktorët që ndikojnë në krizën e sistemit, faktorë të cilët shpesh janë të fshehur nga emergjencat dhe nga vetë natyra e zhvillimit të burimeve njerëzore. Në kontekstin e këtij punimi, do t'i kushtojmë vëmendje të veçantë specifikave të kontekstit shqiptar. Më pas do të diskutojmë Modelin e Menaxhimit të Krizave duke u bazuar në praktikat e menaxhimit të krizave të burimeve njerëzore, duke e pasuruar këtë diskutim me perspektivat ekonomike, socio – kulturore dhe politike që merren në konsideratë gjatë parandalimit të krizave dhe menaxhimit në Shqipëri, duke futur konceptimin shqiptar të zhvillimit të burimeve njerëzore.

Menaxhimi i Krizave në Zhvillimin e Burimeve Njerëzore

Krizat financiare, sociale, industriale, shëndetësore dhe ekonomike janë terma të cilat përdoren shpesh për të identifikuar ngjarje të padëshirueshme dhe ndonjëherë të papëlqyeshme të cilat kanë një impakt të madh. Pavarësisht variacioneve, një krizë shpesh njihet si një situatë me një probabilitet të ulët dhe me impakt të lartë e cila është e paparashikueshme, e panjohur dhe e papritur për njerëzit, për strukturat organizuese, për ekonominë, teknologjinë; po ashtu fatkeqësitë natyrore. Skandalet e korporatave, epidemitë, sulmet terroriste dhe fatkeqësitë natyrore janë vetëm disa nga shembujt që kërcënojnë qëndrueshmërinë dhe mbijetësen e organizatave sot (Coleman, 2006; Mitroff & Alpaslan, 2003). Kriza

ekonomike që goditi së fundmi SHBA-në dhe vendet europiane u gjenerua më së shumti nga kompleksiteti i firmave moderne. Këto firma ishin si aktorë të burimeve të veta njerëzore ashtu dhe viktima të tyre.

Duke u bazuar në modelin e teorive të sistemit të marrëdhënieve në organizatat ndërkombëtare, Mitroff and Pearson (1993) zhvilluan një kornizë të faktorëve ndërveprues që influencojnë ndodhjen e krizave në organizata. Autorët identifikuan pesë faktorë që ndikojnë në krizën e sistemit: teknologjia, struktura organizuese, faktorët njerëzorë, kultura organizuese dhe psikologjia e menaxhimit të lartë.

Së pari, teknologjia është një nga faktorët më të mëdhenj që mbështesin komunikimin ndërmjet anëtarëve të organizatës. Në qoftë se nuk kontrollohet, menaxhohet dhe rregullohet në mënyrën e duhur, teknologjia mund të jetë burimi më i madh i krizave.

Po ashtu, struktura organizuese mund të jetë një burim krize dhe vulnerabiliteti në qoftë se konfigurimi i saj nuk tregon edhe sesi duhet të veprojë organizata në kushte krize. Në qoftë se organizata është shumë e ngadaltë për të identifikuar ndodhjen e një krize, e papërgatitur për të komunikuar me mediet apo me grupet e interesit, ose e paraqet keq informacionin, atëherë mund të ndodhë edhe një krizë më e madhe.

Kultura organizuese mund të jetë gjithashtu një parashikues i ndodhjes së krizave, veçanërisht sepse ajo përfaqëson vlerat e sistemit në çështje të tilla si, për shembull, siguria, diversiteti dhe performanca.

Së fundi, qasja psikologjike e menaxhuesve më të lartë për çështje të tilla si vendimarrja, vlerësimi i riskut dhe menaxhimi i konfliktit do të ndikojnë në mënyrën sesi burimet janë përdorur për të mbështetur përpjekjet e menaxhimit të krizave. Mungesa e secilit nga këta faktorë mund të ndikojë ose mund të sjellë një krizë. Megjithatë secili nga faktorët e sistemit mund të përfaqësojë një proces të ndryshëm, kompleksiteti i këtyre marrëdhënieve është i karakterizuar nga ndërlidhja që kanë me njëri – tjetrin.

Modeli i mësipërm i marrëdhënieve në organizatë vlen dhe për Shqipërinë megjithatë me disa ndryshime të vogla dhe duke pasur parasysh që në Shqipëri veprojnë 107,342 ndërmarrje prej të cilave 588 klasifikohen si biznese të mëdha, ndërsa organizatat me 1 – 4 punëtorë përfaqësojnë 93% të rasteve.

Ndërmarrjet shqiptare në disa aspekte janë shumë të ndryshme nga organizatat komplekse. Disa prej këtyre ndryshimeve lidhen me faktorët e mëposhtëm specifikë të rastit shqiptar: së pari, ndërmarrjet shqiptare kanë nisur thjesht spontanisht duke u nisur nga një ide ose një produkt i ri dhe mund të vazhdojnë të jenë një inkubator për ide dhe produkte të tjera; së dyti, ata kanë një pronar ose menaxher me pak eksperiencë formale biznesi ose me pak aftësi të përgjithshme sesi drejtohet një biznes; së treti, bashkë me themeluesin ose pronarin (së bashku me një anëtar të

familjes që siguron mbështetje administrative) ndërmarrjet shqiptare përbëjnë rreth jo më shumë 4 punonjës; së katërti kanë vetëm pronarin në një pozicion menaxhues dhe nuk kanë bord ose mjete të tjera formale qeverisëse; së pesti veprojnë duke u bazuar më shumë te besimi, sesa te sistemi ose te kontratat; së gjashti kanë një kulturë familjare të rrethit të ngushtë ku mbizotërojnë vlerat e pronarit dhe të cilat mbështeten dhe nga përfaqësuesit e tjerë të familjes dhe këto ide janë të njëjta dhe në praktikë e punës duke përfshirë dhe nevojat e punonjësve; së shtati kanë një vizion dhe këndvështrim që është i kufizuar nga horizonti, eksperiencia dhe aftësitë e pronarit/themeluesit, i cili është i ndikuar gjithashtu dhe nga presionet e menaxhimit të përditshëm si dhe nga burimet e shtrënguara (është më shumë një përjasje taktike sesa strategjike); së fundmi, në firmat e vogla dhe të suksesshme, menaxherët kanë disa lloj aftësish sesa specialistë të vetëm një fushe, dhe kanë ekspertizë në disa fusha. Kur këto firma i kanë ende në nivel embrional (1) teknologjinë e komunikimit, (2) strukturën organizuese, (3) kulturën organizuese, (4) përjasjen psikologjike të pronësisë etj., atëherë mund të shkaktohen kriza të rënda të cilat sipas të dhënave të Institutit të Statistikave sjellin mbylljen e aktivitetit të këtyre firmave brenda tri viteve që nga krijimi i tyre dhe për shkakë të lehta të cilat mund të ishin parandaluar.

Studimet kanë nxjerrë përfundimin se menaxhimi i krizave kërkon zhvillimin e aftësive specifike të firmave dhe ndërhyrjeve në performancë që i lejojnë grupet e interesit për t'u përgjigjur dhe për të marrë veten nga ndodhja e krizave.

Zhvillimi i burimeve njerëzore ka filluar si një fushë e orientuar drejt përmirësimit, zgjidhjes së problemeve dhe të menduarit sistemik, me një fokus parësor tek organizata. Me daljen e disa parandihmave filozofike dhe teorike të ndryshme, misioni i zhvillimit të burimeve njerëzore vazhdon të përqendrohet në zhvillimin e kapitalit intelektual dhe duke mbështetur rinovimin e organizatës dhe transformimin e saj për përfitimin e individëve, organizatave, komuniteteve dhe vendeve. Megjithatë, është gjithashtu e qartë që zhvillimi i burimeve njerëzore po e zgjeron fokusin e tij dhe po kthehet në një profesion shumëdisiplinor, i integruar dhe global. Torraco (2005) vlerësonte që zhvillimi i burimeve njerëzore po zgjeron domenin e tij tradicional që përfshin fushat e trajnimit, zhvillimin organizativ dhe zhvillimin e karrierës, duke përfshirë edhe fusha të tilla si etika, diversiteti, zhvillimi i kapitalit njerëzor dhe social dhe ndryshimi strategjik. Burimet njerëzore kanë zgjeruar gjithashtu qëllimin duke u fokusuar jo vetëm tek organizatat, por gjithashtu duke konsideruar zhvillimin e politikave në vendet në zhvillim, reformat në arsimin e mesëm dhe atë të lartë si dhe zhvillimin e biznesit jofitimprurës. Është kjo perspektivë e integruar që i vendos burimet njerëzore si një lojtar kryesor për zhvillimin e kapitalit intelektual dhe social brenda organizatave për të menaxhuar në mënyrë efektive gjendjen e krizave ose ndodhjen potenciale të tyre.

Në literaturë ka filluar të theksohet roli i rëndësishëm që luan zhvillimi i burimeve njerëzore në menaxhimin organizativ të krizave. Implementimi i suksesshëm i planeve të menaxhimit të krizave kërkon integrimin e strategjive të nivelit të lartë

midis burimeve njerëzore, strukturës organizuese, kulturës dhe strategjisë. Në pjesën që vijon, do të japim një model të menaxhimit të krizave që përfshin disa etapa.

Modeli i Menaxhimit të Krizave

Modeli i zhvilluar nga Pearson-i dhe Mitroff-i dhe i përpunuar më tej nga Mitroff-i përfshin shumë nga arritjet e artikulimeve të modelit më të hershëm dhe atij aktual (shiko Figurën 1); ai siguron një ushqim me informacion, ku njohuritë e reja ndikojnë të gjithë sistemin.



Figura 1: Modeli i Menaxhimit të Krizave

Gjatë fazës së zbulimit të sinjalit, tregues të vegjël, por domethënës të një krize mund të fillojnë të shfaqen në mjedisin organizativ. Shpesh organizatat dështojnë për t'i njohur dhe për t'iu përgjigjur indikatorëve ose treguesve të hershëm të krizave, të cilat iu sjellin atyre humbje në të ardhura, ulin reputacionin dhe ndonjëherë sjellin dhe humbje në jetë njerëzore.

Faza e përgatitjes për krizën përfshin planifikimin sistematik për të përgatitur organizatën për të menaxhuar ndodhjen e krizave, mobilizimin e një personali të kualifikuar të burimeve që duhen përfshirë dhe veprimeve që duhen ndërmarrë gjatë një situatë krize. Studimet empirike të kërkuesve tregojnë që elemente kritike në planifikimin e krizave janë disa. Së pari, Skuadrat e menaxhimit të krizave, të cilat përshkruhen si një grup ndërfunksional dhe i përhershëm individësh që përfaqësojnë të gjitha funksionet kryesore të biznesit. Përgjegjësitë e tyre përfshijnë identifikimin dhe vlerësimin e gatishmërisë së organizatave për t'u përgjigjur në raste krizash, zhvillimin e procesit dhe të infrastrukturës të nevojshme për të identifikuar dhe menaxhuar si ngjarjet e parashikuara edhe ato të paparashikuara dhe për të ekzekutuar planet restauruese. Së dyti, komunikimi i krizave përshkruhet si procesi i njoftimit të krizës te grupet e interesit, për të marrë vendime brenda grupit të menaxhimit të krizës dhe për të mbështetur vendimet organizacionale në lidhje me shpërndarjen e informacionit me burime të brendshme dhe të jashtme. Së treti, trajnimi për krizat, ushtrimet dhe simulimet janë ushtrime individuale, në grup, si dhe ushtrime në rang organizate, të cilat zhvillojnë ndërgjegjësimin mbi krizën dhe përgatitjen për raste të tilla. Së fundmi, planet për vijimësinë e biznesit janë dokumente të shkruara që përshkruajnë sesi organizata do të zhvillojë funksionet kryesore të saj gjatë dhe pas ndodhjes së krizës. Këto dokumente janë të rëndësishme

për të siguruar që “komardaret e shpëtimit” janë në dispozicion dhe që mund të përdoren gjatë ndodhjes së krizave.

Faza e kufizimit të dëmeve përfshin përmbajtjen e impaktit të krizave me qëllim parandalimin e përshkallëzimit të humbjeve. Veprime të tilla përfshijnë komunikimin me grupet e brendshme dhe të jashtme të interesit, si organizata e trajton krizën dhe sesi janë siguruar burimet dhe investimet. Ajo përfshin aktivitete specifike të ndërmarra për të përmbajtur krizën si dhe për të siguruar informacione kontakti emergjence për drejtuesit, punonjësit dhe grupet e interesit të ndikuara nga emergjenca, si dhe të japë njohuri në lidhje me çështjet operationale dhe me çështje të personelit.

Në fazën e rimëkëmbjes, organizatat fillojnë të vënë në jetë procedurat për të rindërtuar aktivitetin normal të biznesit. Përpjekjet për rimëkëmbje përfshijnë planet afatgjata dhe afatshkurtra për sigurimin e vijimësisë së biznesit, si dhe garantimin e grupeve të interesit që organizata do të rikthehet në pozicionin e saj normal në biznes.

Dy fazat finale të modelit të menaxhimit të krizave fokusohen te nxjerrja e mësimave dhe përdorimi i njohurive për të ristrukturuar sistemin e menaxhimit të krizave. Faza e fundit do t'i ridërgojë të dhënat në të gjithë sistemin dhe do të promovojë një proces ciklik dhe interaktiv, pavarësisht se cila njohuri e re përdoret për të promovuar ndryshimin. Kjo fazë përfshin reflektimin kritik mbi eksperiencën e krizës, analizën e impaktit të krizës mbi proceset e sistemit qendror dhe atij ndihmës, dhe më pas përshtatjen e sistemeve dhe të sjelljes me qëllim përmirësimin e praktikave të organizatës për menaxhimin e krizave.

Zhvillimi i burimeve njerëzore dhe përpjekjet për menaxhimin e krizave

Një ndihmesë të rëndësishme për të kuptuar rolin e zhvillimit të burimeve njerëzore në menaxhimin e krizave janë veçanërisht pesë metaforat filozofike të Watkins-it (1990) për zhvillimin e burimeve njerëzore. Këto metafora i referohen funksioneve që zënë sot burimet njerëzore në organizata:

Së pari, “Zgjidhës problemesh” - zhvillimi i burimeve njerëzore është një proces i përcaktimit dhe i zgjidhjes së problemeve për qëllimin e përmirësimit. Për këtë qëllim, profesionistët e zhvillimit të burimeve njerëzore duhet të marrin një rol aktiv për të përcaktuar çështjet ose variablat që janë të trashëgueshme për një sistem të krizave ose mund të shkaktojnë ndodhjen e krizave. Me një diversitet mjetesh dhe modelesh, të siguruara nga kërkuesit shkencorë të zhvillimit të burimeve njerëzore, për të analizuar pengesat e performancës si në nivelin individual ose në atë të organizatës, zhvillimi i burimeve njerëzore sjell një sërë perspektivash teorike të nevojshme për t'i kaluar këto pengesa si për të përkufizuar pengesat dhe mungesat në performancë, ashtu dhe për probleme të tjera që mund të sjellë një krizë të mundshme.

Së dyti, “Agjent i ndryshimit” - shpesh krizat sjellin një ndryshim organizativ, për të mirë apo për të keq. Krizat organizative dhe impakti rezultues bëjnë që roli i agjentit të ndryshimit të luajtur nga zhvillimi i burimeve njerëzore të jetë më i rëndësishëm se kurrë. Është në përgjegjësinë e ekspertëve të zhvillimit të burimeve njerëzore për të edukuar liderët organizativë dhe nëpunësit e procesit të menaxhimit të ndryshimit dhe që do të kërkojnë ndërhyrjet e duhura për zhvillimin organizativ dhe që do të lehtësojnë ndryshimet dhe do të ndihmojnë individët dhe organizatat që të përballojnë sa më mirë pasojat e krizave. Një fushë ku ekspertët e burimeve njerëzore mund të kenë një ndikim të rëndësishëm është nxitja e kulturës organizative për përgatitjen ndaj krizave.

Së treti, “Dizenjues organizativ” - një gjë e cila është vërtet e rëndësishme të dizenjimi organizativ është vlerësimi në vijimësi i ndryshimeve ndërmjet realitetit organizativ dhe gjendjes së dëshiruar të tij, duke përdorur mjetet diagnostikuese të orientuara drejt performancës. Ekspertët e burimeve njerëzore duke marrë gjithmonë e më shumë rolin e dizenjuesit organizativ kanë nevojë të certifikojnë në mënyrë të kujdesshme strukturat dhe sistemet e komunikimit, autoritetet dhe përgjegjësisë që do të justifikojnë arritjen e qëllimeve të organizatës.

Së katërti, - “Fuqizues organizacional/ Interpretues i krizave”. Menaxhimi i krizave institucionale duhet konsideruar si një përpjekje për të transformuar njerëzit dhe organizatat për të nxitur suksesin e tyre në afatgjatë. Zhvilluesit e burimeve njerëzore të cilët kanë një perspektivë kritike duhet të kërkojnë strategjitë më të përshtatshme për të angazhuar liderët dhe anëtarët e organizatës për të kuptuar thelbin e krizave si dhe për të bërë refleksione kritike mbi eksperiencat ndaj krizave si, për shembull, nëpërmjet dialogut dhe mësimin nga aktivitetet kolektive.

Së pesti, - “Zhvillues i kapitalit njerëzor”. Një nga rolet më të rëndësishme të zhvillimit të burimeve njerëzore është zhvillimi me anë të trajnimit dhe të aktiviteteve. Një nga faktorët që i atribuohet ndodhjes së krizave është gabimi njerëzor. Fakti që individët bëjnë gabime dhe marrin vendime mbi bazën e informacioneve të gabuara bën që të lindë nevoja për trajnim dhe zhvillim të tyre. Kjo gjithashtu paraqet mundësi të jashtëzakonshme për ekspertët e burimeve njerëzore të cilët janë përgjegjës kryesorë për zhvillimin e kapitalit njerëzor për një efektivitet organizativ.

Aplikimi i Modelit të Zgjidhjes së Krizave në Rastin Shqiptar

Modeli i mësipërm paraqet një përjasje për të kuptuar dhe menaxhuar krizat, por kur i referohemi krizave shqiptare duhet të kemi parasysh perspektivat e mëposhtme ekonomike, socio – kulturore dhe politike: Së pari, zhvillimi i burimeve njerëzore shqiptare rrjedh nga një e kaluar diktature komuniste (jo shumë e largët) dhe me trashëgimitë negative që ajo përfaqëson të tilla si, për shembull, Paradigma që punëdhënësit janë shfrytëzues që u ushqye

vazhdimisht nga propaganda e diktaturës komuniste, e cila në rastin më të mirë i bën punonjësit indiferentë përkundrejt suksesit të biznesit të organizatës; historia e re shqiptare njih ngjarje ekstreme të shkatërrimit të bizneseve nga vetë punonjësit e tyre; Roli negativ që luante menaxheri i burimeve njerëzore në diktaturë, i cili përfaqësonte një nga pjesët më agresive të diktaturës, gjë që ka gjeneruar një mosbesim të madh ndaj funksionit të burimeve njerëzore; Mungesa e plotë e historisë dhe e kulturës të bashkimeve në sindikata dhe përfaqësimit prej tyre për të arritur qëllime të përbashkëta në drejtimet kryesore që lidhen me punën, gjë që rezultoi në rënien e dedikimit të punonjësit ndaj punës dhe sadsfaksionit të tij, etj. Këto trashëgimi negative janë të pranishme në formën e tyre origjinale të shtresëzimit psikologjik i punonjësve shqiptarë dhe shpesh shfaqen në veprimet individuale ose në grup, sidomos në kohë krizash.

Po ashtu, Shqipëria ka kaluar transformime politike të rëndësishme të cilat janë shoqëruar me ndikime në sferën ekonomike. Këto shndërime në disa sisteme u udhëhoqën nga demokratizimi politik dhe kapitalizmi liberal të cilat sollën “kufizimin e autoritetit qeverisës dhe pushtetin shtetëror”. Aktualisht, Shqipëria po përpiqet që të balancojë sistemet e saj politike, ekonomike dhe sociale. Në dekadën e fundit, Shqipëria është në një proces transformimi nga një shoqëri ku mbizotëronte bujqësia drejt një ekonomie të industrializuar dhe një shoqërie e cila po përpiqet që të jetë sa më konkurruese, ndërsa po përballlet me ekonominë globale dhe kapitaliste liberale, e cila i përdor burimet njerëzore si mjetin kryesor për të arritur këtë qëllim, ndërsa po konkurren gjithmonë e më shumë për aftësi humane në një treg global të punësimit.

Së fundmi, Shqipëria aktualisht po njih nevojën për të zhvilluar aftësitë e duhura njerëzore dhe të punës, për të rritur dhe zhvilluar kapitalin e saj social, human, kulturor dhe fizik për të arritur qëllimet dhe aspiratat kombëtare në mënyrë të përshtatshme për specifikat e saj; në këtë kuadër ka nisur gjithashtu dhe një reformë të thellë në arsim. Bazuar në kuptimin e perspektivave të mësipërme ekonomike, social – kulturore dhe politike, praktikuesit e zhvillimit të burimeve njerëzore shqiptare duhet të zgjerojnë studimet e tyre mbi krizat organizative dhe të intensifikojnë studimet në lidhje me krizat që lidhen me praktikën në organizata.

Përfundime

Gjatë krizave është e rëndësishme që organizatat të krijojnë një bazë njohurish në lidhje me krizat dhe aftësitë që duhen për t'u përballur me to, gjë që u krijon mundësi specifike burimeve njerëzore për të avancuar rolin e tyre në mbështetje të përpjekjeve për menaxhimin e krizave që ndodhin në organizata. Kjo kërkon nga grupet e interesit që të angazhohen në një planifikim të vazhdueshëm sistematik dhe strategjik me fokus sesi mund të ndodhë ndryshimi dhe nxjerrja e përdorimi i njohurive që rrjedhin prej tij. Sa më lart aplikohet edhe në realitetin

shqiptar, i cili duhet vlerësuar me veçantitë e tij ekonomike, social – kulturore dhe politike. Punimit sugjeron që menaxhimi i krizave të organizatave shqiptare është një fushë e cila kërkon vëmendjen e studiuesve dhe të ekspertëve shqiptarë të zhvillimit të burimeve njerëzore, në mënyrë që të avancojnë rolin e tyre fillimisht në studimin dhe analizën e perspektivave të rëndësishme në krizat aktuale; të aplikojnë modelin e menaxhimit të krizave duke ia përshtatur atë kulturës organizative shqiptare; të identifikojnë mundësitë specifike dhe mekanizmat për të paraprirë dhe mbështetur përpjekjet për menaxhimin e krizave të organizatave në Shqipëri; si dhe të edukojnë grupet e interesit brenda organizatave për të përfituar nga këto mekanizma e mundësi.

Bibliografia

- Gilley, J.W & Gilley, A.M. (2003) Strategically Integrated HRD: A Six-Step Approach to Creating Results-Driven Programs, New York: Basic Books.
- McLean, G. N., & McLean, L. (2001). If we can't define HRD in one country, how can we define it in an international context? Human Resource Development International (3).
- Mitroff I. Pearson, Christine M. (2004), Crisis management: A diagnostic guide for improving your organization's crisis-preparedness, San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Mitroff I., (2005), Why Some Companies Emerge Stronger And Better From a Crisis: Seven Essential Lessons For Surviving Disaster, New York: AMACOM.
- Swanson, R. A. & Holton, E. F. (2001). Foundations of human resource development. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Torraco R. (2005), Human Resource Development Review September 2005, Vol. 4, no. 3, 251-253.
- Wang J., Hutchins H. (2008), Advances in Developing Human Resources June 2008, Vol. 10, no. 3, 310-330.
- Watkins K. Marsick V. (1990), Informal and Incidental Learning in the Workplace, London: Routledge.

«De-humanizimi» i njeriut nga teknikat

Intervistë me Prof. Serge Lesourd¹, Universiteti i Strasburgut

_____ *Marrë nga doktorante* Klodiana Turhani-Bardhoshi _____

Turbani-Bardhoshi: si i shikoni marrëdhëniet që krijohen midis teknologjisë dhe shkencave sociale në praktikën tuaj ?

Lesourd: Është një pyetje e gjerë për shumë arsye. Që të jem më i qartë së pari, le ta përkufizojmë qenien njerëzore, të ndarë nga «Protezat» teknologjike sot, do të thotë ta mendojmë qenien njerëzore me karakteristika të veçanta. Si për shembull, qenia sociale është një «qenie në gjuhë» një qenie që flet. Na duhet, të shtojmë idenë se është një «Qenie e Protezuar», e protezuar nga telefoni, interneti, kompjuteri, makina, avioni. Kjo gjë, thelbësisht ka ndryshuar marrëdhëniet e qenies njerëzore me njerëzoren. Të cilat kanë të bëjnë me lidhjet sociale ose me transportin. Fakti, që shkojmë të bëjmë pazar jashtë brenda një dite ose në dy ditë, na tregon se më përpara ishte me muaj udhëtimi. Kemi një ndryshim radikal, në mënyrën sesi unë e përfytyroj « Tjetrin ». Sesi, e përfytyroj hapësirën, kohën ose si përfytyroj duke përfshirë edhe subjektivitetin tim.

Kjo është një pikë e parë, është një pikë kyçe, por nuk është më thelbësorja. Sot, ajo që pa dyshim është më e rëndësishme, është se përpiqemi të japim shpjegime mbi qenien humane edhe në shkencat sociale duke u nisur nga konceptimi shkencor. Që do të thotë duke u nisur nga ajo çfarë do të jetë « një kapacitet » që ne si qenie njerëzore do të kemi.

¹ Prof. Serge Lesourd, Psikanalist, Profesor në Psikopatologji dhe Psikologji Klinike në Universitetin e Strasbourgut, Drejtor i Shkollës Doktorale të Shkencave Humane dhe Drejtor i Ekipit Kërkimor në Psikologji: të Subjektivitetit, Kondicioneve dhe Lidhjeve Sociale. L'EA 3071. Specialist i moshës së adoleshencës dhe psikopatologjive në adoleshencë; Lidhjeve Sociale; Psikopatologjive moderne; Ligjëratave dhe Ndërtimit të Subjektivitetit. Autori i disa librave dhe shumë artikujve mbi moshën e adoleshencës dhe problematikave bashkëkohore në neoliberalizëm si: LESOURD S., 2006, Si ta hesitim subjektin ? Nga ligjërata te parlottes liberale dhe mutacionet subjektive. Comment taire le sujet ? Des discours aux parlottes, la mutation de la subjectivité. Arcanes, èrès, coll. « Humus - subjectivité et lien social », LESOURD S., 2005, Ndërtimi Subjektiv në Adoleshencë, La construction adolescente, Ramonville Saint-Agne, Ed. Arcanes / Eres, coll. « Hypothèses ».

Duke u nisur nga sistemet riprodhuese do të doja të thoja se duam të tregojmë funksionimin social, psikik të qenies njerëzore. Si për shembull, neuroshkencat, mendoj për shkencat e punës etj., të cilat vijnë e na thonë se njerëzit funksionojnë në bazë të disa ligjeve, rregullave të cilat kanë një tendencë të « des-humanizojnë » njeriun duke e bërë një njeri « Performues », një « Mjet Performues ». Gjithë psikologjia konjiktive funksionon në këtë drejtim. Performanca mund të jetë edhe afektive por, është performancë prapë ! Që tregon ta mendosh njeriun si një makinë ! Pra, çfarë e karakterizon qenien njerëzore, është ç'ka ai i reziston makinerisë. Ngrihet pyetja, çfarë nuk është e brendësuar nga makina ? Për shembull subjektiviteti, karakteri i veçantë, uniciteti pra, ajo çfarë zbulon psikanaliza. Që subjekti është te njerëzorja dhe se çfarë paraqitet ose shpalolet aty, është çfarë « makinerisë gjuhësore » i dështon nga kontrolli. Si për shembull, « lapsuset », « simptomat », « aktet e munguara » janë pikërisht këto që e bëjnë qenien njerëzore më specifikisht humane. Kjo për mua, si specialist i subjektivitetit me duket gjëja më e rëndësishme sepse ka diçka nga teknika e cila « desubjektivizon » njerëzoren.

Ligjërata e shkencës do të thoja më tepër ligjëratat e tekno-shkencave, ku mendoj biologjinë mjekësore na japin shembuj më të mirë, të cilët na tregojnë se është një pushtet që dëshiron t'iu ushtrohet çdokujt e për çdo njeri në mënyrë të pavarur në ndryshim nga ajo çfarë e bënë humane si, për shembull, shkencat sjellore. E vërteta për neurobiologjinë, gjenetikën, qëndron te « normalizimi » i ëmbël, gati nënshtrues, i vetofruar të qenies njerëzore. Nënshtrimi vullnetar i subjektit njerëzor ndaj protokolleve, në qoftë se mund ta quajmë kështu, ngre pyetje për çdo studiues: çfarë është njeriu si i tillë ?

Turhani-Bardhoshi A mund të më jepni një shembull ?

Lesourd: Marrim një shembull shumë tipik, në Fushën e Psikopatologjisë çfarë quajmë masivisht, Fusha e Depresioneve. Për shume vite kemi punuar në Fushën e Depresionit duke bërë krahasime shumë të hollësishme, fine, të sakta, mbi “Depresionin reaksional” nga një humbje, ose më mirë mbi punën e vuajtjes psikike në rastin e humbjes së dikujt të afërm duke studiuar “Melankolinë” nga “Depresioni” mbi marrëdhënien që ka “subjekti” me “objektin” i cili nuk duhet të kishte humbur që konsistonte “jo humbje të “objektit real”, por humbjen të “objektit imagjinar”. Pra që do të thotë se jemi përpjekur të bëjmë një distancim shume fiks të asaj që mund të ishte të punoje ndryshe dhe ta specifikojë çdo qenie njerëzore në këto diagnostika. Sot, depresion është shumë i thjeshtë, është një shumë shenjash klinike të thjeshta si, trishtimi, humbja e oreksit, etj. Kriteret që i gjejmë në Manualin Diagnostik të Sëmundjeve Mendore (DSM) etj, dhe çfarë reagon ndaj “depresuesëve”, që do të thotë një teknikë. Të njëjtën gjë do ta gjejmë për shembull, tek ajo që ne sot e quajmë “Çrregullimet të vëmendjes dhe hiperaktivitetit” dhe përshkrimit të “Ritalinës”. Që do të thotë se duke u nisur nga një objekt krijojmë diçka specifike, që personi i përgjigjet, për shembull në fushën e psikopatologjisë.

Mund të gjejmë gjëra identike në fenomene më tepër sociale si, për shembull, në

shoqëritë tradicionale ose në shoqëritë ku vepron “njohja reciproke”, njohja e fqinjët. Është shumë klasike sepse mbasi të dalim nga shtëpia ajo nuk do të jetë e mbyllur ose çelësi vendoset në një qoshe që është shumë i lehtë për t’u gjetur dhe asnjëri nuk hyn te ju. Sot ne jemi nisur në një shoqëri ku duhen kode, dixhikode, mbyllje, vëzhgime, survejime etj. Duket sikur diçka nga teknologjia mundëson mbrojtje. Kjo ka prishur diçka të barrierës psikologjike, të së brendshmes dhe të të jashtmes në marrëdhëniet njerëzore. Të gjitha këto efekte këtu janë efekte të teknologjisë që na tregojnë që me teknologjitë ka një modifikim të njerëzores mbi njerëzoren dhe të vetë njeriut. Ju keni një shembull tjetër të rregullit social të asaj që ne e quajmë “Facebook”, Twitter, ose “Organizma takimesh”. Ngrihet pyetja, çfarë synon ky rrjet social? A është ndërtimi i një identiteti social sipërfaqësor duke përfshirë edhe njerëz të cilët nuk i ke takuar asnjëherë? Kjo do të thotë një miqësi në Facebook, e cila nuk ka të bëjë fare me miqësitë që ndodhnin dikur në shekullin XVIII. Si për shembull, miqësia midis Volterit dhe Dideroit, që ishte një marrëdhënie bashkëndarje, një marrëdhënie trupore. Shohim se ajo çfarë bën zemrën e njerëzores ndryshon sepse është përfshirë në modelimet e teknologjisë.

Turhani-Bardhoshi A mund të themi se kjo lloj teknologjie, ky socializim virtual, mund të ketë një impakt në jetën njerëzore, mund të ndikojë në jetën njerëzore, apo mund ta shohim në këndvështrim pozitiv?

Lesourd: Unë mendoj se nuk mund ta vendosim në një pikëpamje vlerash sepse asnjë teknologji në vetvete nuk është teknologji që sjell një vlerë morale ose vlerë etike. Merrni një teknikë, që sot flitet shumë si atomi, pra Energjia Atomike që sot e diskutojmë shumë për shkak të Fukushimës. Atomi sjell ndotje, shkatërrim, etj. Por është në të njëjtën kohë një nga energjitë më të pastra në botë. Por është në të njëjtën kohë një mjet trajtimi sëmundjesh sepse po e harrojmë shpesh se një pjesë e madhe e trajtimeve mjekësore vjen nga energjia nukleare si, Radioterapia ose Curi-terapije etj. Në qoftë se e shikojmë mirë i njëjti mjet, e njëjta teknik shkon nga “Trajtimi Terapeutik” te “Bomba Atomike”. Pyetja që ngrihet është si përballet njeriu kundrejt këtyre teknikave? Unë nuk mund të them se Interneti është i mirë ose i keq. Për sa i përket Internetit unë mund të them se ndryshon raporti nga një njeri tek tjetri ose asaj çfarë njeriu mund të bëjë. Por pyetja që duhet të ngrihet, por që nuk ngrihet, është si e thotë Roland Gori që ne mendojmë në një formë “niche écologique”², pra që kupton që ne jemi çfarë është koha ku jetojmë, ne nuk mund ta mendojmë veten tonë jashtë kësaj kohe, internetit, telekonferenca, udhëtimi me avion për të shkruar në Shqipëri për të bërë një konferencë. Ne nuk mund të mendojmë ndryshe, nuk mund ta mendojmë veten tonë jashtë kohës dhe jashtë teknologjive që ne përdorim. Pra ngrihet pyetja: çfarë ruajmë për sa i përket njerëzores në këtë botë?

Sot, mjekësia mundëson ndarjen e « seksualitetit » nga « krijimi » ose « riprodhimi » pra, kemi ndarje të shtatzënisë nga trupi. Ju e shikoni se pyetja që ngrihet vetvetiu

² « Niche écologique » – Një nga kuptimet në frëngjisht do të ishte « fole ekologjike ».

nga një këndvështrim antropologjik është si do ta kuptojmë ndryshimin e sekseve ? Si ne do të përballemi me këtë themel të antropologjisë pra, diferencimi i dy sekseve ? Si do t'i trajtojmë pyetjet e « Atësisë », « Amësisë » ? Po ndryshmin femër , mashkull ? Pyetjet që ngre një seks ndaj seksit tjetër ? Ajo çfarë do të jetë e mundur me jetën teknike është se shumë shpejt, për shembull, një femër mundet vërtet në realitet të ketë një fëmijë pa prezencën e një mashkulli. Çfarë është njerëzore ? Ku nisin pikat e referimit të individit në raport me ëndrrat e tija të vërteta, me dëshirat, me zgjedhjet, etj. Unë mendoj se kjo vjen duke u nisur nga këndvështrimi i tjetrit.

Turhani-Bardhoshi: Faleminderit Prof. Lesourd

Lesourd : Faleminderit juve.

Homo Videns, televizioni dhe Post-Mendimi i Giovanni Sartori-t¹

Albana Nexhipi *

Në jetën e përditshme të shqiptarëve, media vizive zë një vend të rëndësishëm. Edhe pse ky pohim nuk argumentohet statistakisht nga ndonjë e dhënë zyrtare, sepse në Shqipëri nuk ka ndonjë studim që ta faktojë apo të rrëzojë një të dhënë të tillë, vërtetësia e tij justifikohet nga një sërë faktorësh indirektë, të cilët të ndihmojnë të kuptosh se sa të lidhur janë shqiptarët me këtë mjet të komunikimit masiv. Përhapja e mediave vizive pas viteve '90, numri i të cilave sot ka mbërritur në rreth 173, përfshi televizionet private kombëtare, ato lokalet vendore dhe ato kablloret (KKRT), dëshmon për një treg konsumi tejet të madh. Nga ana tjetër, fakti që me qindra e mijëra fëmijë, rrinë me orë të tëra para ekranit, duke e shfrytëzuar atë si një nga mjetet kryesore të argëtimit e të informimit, dëshmon për ekzistencën e një modeli të tillë, pra të një marrëdhënieje tejet të ngushtë me ekranin, i cili është përçarur nga prindërit tek fëmijët. Një studim i kryer kohët e fundit nga Instituti i Shëndetit Publik shqiptar, dëshmon se rreth 58% e fëmijëve të pyetur, numri i plotë i të cilëve që rreth 3000, kryesisht të grupmoshave nga njëmbëdhjetë deri në pesëmbëdhjetë vjeç, harxhojnë më shumë se tre orë para ekranit. Ndërkaq, edhe pse më të paktë në përqindje, brenda këtij numri të kufizuar të anketuarish, nuk mungonin as ata që kalonin edhe deri në shtatë orë në ditë para tij (ISHP). Në një kontekst të tillë social, me të cilin s'është se po përballemi ne të parët, të kuptuarit e pasojave që sjell një marrëdhënie të tillë, kaq e ngushtë me ekranin, për shoqërinë në përgjithësi e sidomos tek fëmijët në veçanti, është domosdoshmëri e pashmangshme. Pikërisht për këtë motiv, eseja e politologut italian Giovanni Sartori, e cila ofron një këndvështrim interesant mbi këto pasoja, është tejet e vlefshme dhe e rëndësishme për shoqërinë shqiptare, marrëdhënia e së cilës me median vizive, ngjason së tepërmi

¹ Sartori, G. (2005) *Homo videns, Televisione e post-pensiero*, Bari: Editori Laterza.

* Albana Nexhipi është pedagoge e gjuhës shqipe dhe shkrimit akademik në UET. Ajo ka mbaruar studimet Master për studiues letërsie pranë Fakultetit Histori-Filologji, në Universitetin e Tiranës

me kontekstin e para katërbëdhjetë viteve, që ngacmoi dhe motivoi autorin të shkruante të këtë vepër.

Homo Videns, Televizioni dhe post-mendimi iu paraqit për herë të parë lexuesit italian më 1997-n. Hipoteza e kësaj eseje ngulmon në faktin se shpikja e televizorit dhe përdorimi i tejskajshëm i tij si mjet komunikimi, ndryshon cilësisht (aspak pozitivisht) natyrën e qenies njerëzore dhe shoqërinë përgjithësisht. E shkruar dhe e botuar në kulmin e epokës multimediale, ajo njohu edhe dy ribotime të tjera, ato të '98-s e të '99-s, gjatë të cilave autori përpunoi dhe thelloi më tej hipotezën bazë. Ribotimi i '98-s, sipas vetë autorit, karakterizohet nga një zgjerim i mëtejshëm i hipotezës, ndërkaq, tekstit të 98-s, i bashkëngjitet në ribotimin e '99-s, edhe një *Shtojcë*, ku ai përmbledhi gjithë idetë e lindura nga debatet që solli përkthimi dhe botimi i librit në Spanjë.

Në këtë ese ndërthuren dy linja mendimi: e para shkon nga video-fëmija, tek video-varësia e individit të rritur, e dyta nga qytetari tek demokracia, të cilat strukturohen në tri kapituj: *Epërsia e imazhit* trajton së pari ndryshimin që sjell përdorimi i tejskajshëm i medias vizive në natyrën e komunikimit njerëzor, për t'u përshkallëzuar më pas tek produkti që prodhon ky kontekst i ri komunikimi (video-fëmija); *Opinionit i tele-drejtuar* analizon se sa e në ç'mënyrë ndikon televizioni tek formësimi i opinionit publik (video-politika), kurse *Po demokracia?* shqyrton ndikimin e ekranit mbi zgjedhjet elektorale e mbi demokracinë, si formë qeverisjeje themelet e së cilës ngrihen pikërisht mbi ekzistencën e opinionit publik (politika e video-ngjizur).

Video-fëmija

Analizën e ndikimit të medias vizive tek individit e shoqëria, Sartori e ngre mbi një të dhënë të mirëqenë për pjesën më të madhe të shoqërive perëndimore: mbi faktin që fëmijët rrinë me orë e orë të tëra para ekranit, thuajse përditë, pa mësuar ende të flasin:

Televizioni zëvendëson *baby-siter*-in (madje është ajo që e ndez e para televizorin) e, si rrjedhojë, fëmija nis të shohë programet për të rritur qysh tri vjeç. Sipas një kërkimi të fundit të ISTAT-it, rreth 95 % e të miturve në Itali, nga tre deri në dhjetë vjeç - që janë rreth katër milionë e gjysmë - shohin televizor çdo ditë. Të dhëna të tjera tregojnë se fëmijët italianë mes katër e shtatë vjeç, shohin televizor nga dy orë e gjysmë në ditë (me një 19%-sh që kap rreth pesë-gjashtë orë). Ndërkaq, në Shtetet e Bashkuara, fëmijët që s'shkojnë në shkollë, rrinë para ekranit rreth tri orë në ditë, kurse ata mes gjashtë e dymbëdhjetë vjeç, thuajse nga pesë. (Sartori, 2005: 14)

Ky fenomen dhe përhapja e tij në masë, e shtynë autorin të fokusohet tek produkti njerëzor që del nga ky proces i 'të rriturit me me videon'. Në këndvështrimin e tij, më tepër se vazhdimësi në morinë e shpikjeve dhe zhvillimit të mjeteve të komunikimit, televizioni është në radhë të parë, e thelbësisht, përmbysje, sepse ndryshon raportin mes të kuptuarit dhe të parit. Fakti që njeriu tërhiqet më tepër nga imazhi, nga ajo çka sheh vetë me sy, e shpërqendron atë nga fjala dhe e bën të fokusohet më tepër tek pamjet:

(...) tek televizioni, e vështruara mbizotëron mbi të folurën, në kuptimin që zëri në sfond është dytësor, në funksion të imazhit [...] si rrjedhojë, telespektatori është më shumë 'kafshë vështruese', se 'kafshë simbolike'. Për të, gjërat e paraqitura me pamje, peshojnë e kanë më shumë rëndësi se gjërat e thëna me fjalë, dhe kjo është një përmbysje radikale e drejtimit, sepse nëse aftësia simbolike e largonte *homo sapiens*-in nga kafsha, e vështruara e riafron me aftësitë stërgjyshore, specie lloj i të cilit ai është. (*ibid.*: 8)

Duke i njohur formës së komunikimit një rol shumë të madh në formësimin e llojit njerëzor, Sartori pohon se shpikja e medias vizive si mjet komunikimi masiv dhe përdorimi i saj pa kufij nga fëmijë që s'kanë mësuar ende të flasin, po e çon *homo sapiens*-in, llojin e njeriut që e pruri shoqërinë njerëzore në stadin e sotëm të zhvillimit, drejt një krize fatale. Nëse *homo sapiens*-i u formësua në gjuhë dhe për gjuhën, shpikja e televizorit e zhvendos formësimin e tij në një tjetër kontekst: në atë të imazhit. Për hir të marrëdhënies kaq të ngushtë me ekranin, individit tashmë formësohet në imazh dhe për imazhin, çka për të i jep udhë ngjizjes së një tjetër lloj njeriu, *homo videns*-it, i cili s'ruan më asnjë nga karakteristikat e të parit. Nëse fjala është simbol dhe kuptohet po të lidhet me një koncept, imazhi thjesht shihet. Nëse falë komunikimit me fjalën, njeriu u pasurua me aftësinë abstraguese, që e ndihmonte të shihte e kuptonte edhe ato që nuk dukeshin (konceptet), komunikimi përmes imazhit ia zhbën këtë aftësi. Në gjykimin e Sartorit, bota e perceptuar nga shqisat (*mundus sensibilis*) që ofron ekrani, nuk ngjason aspak me botën e koncepteve e ngjizjeve mendore (*mundus intelligibilis*) ku është formësuar dija e *homo sapiens*-it, çka do të thotë se zëvendësimi i të dytës prej të parës sjell pashmangshmërisht atrofizimin e aftësisë abstraguese, e bashkë me të edhe aftësinë për të kuptuar (*ibid.*: 23). Pikërisht për këtë motiv, nga krejt moria e mjeteve të komunikimit të shpikura, autori e gjykon median vizive si një prej shpikjeve që e shtyn njeriun e formuar nga kultura e shkruar, të bëjë një hap gjigant mbrapsht.

Gjuha që përfton individit nga rritura me videon, e që do ta përdorë edhe kur të rritet, s'është më për Sartorin konceptualja, por perceptivja, e cila është shumë herë më e varfër se e para:

(...) ajo që ne shohim apo perceptojmë konkretisht, nuk prodhon 'ide', por futet në ide (ose koncepte) që e kornizojnë e 'i japin kuptim'. Ky është procesi që atrofizohet kur *homo sapiens*-i zëvendësohet nga *homo videns*-i. Tek ky i fundit, gjuha konceptuale (abstrakte) zëvendësohet nga gjuha perceptivë (konkrete), e cila është pafundësisht më e varfër: më e varfër jo vetëm prej fjalëve (numrit të tyre), por sidomos nga pasuria e kuptimeve, e vëllimit konotativ. (*ibid.*)

Për këtë motiv, përballë fëmijës që rritet me videon, pa rënë ende në kontakt me gjuhën e kulturën e shkruar, autori i mvesh ekranit cilësinë një "mjeti antropogjenetik, e një mediumi që prodhon një *anthropos* të ri" (*ibid.*: 14). Për të, fëmija i rritur me videon (video-fëmija), kushtëzohet qysh i vogël të jetë një individ që s'

pëlqen leximin, i destinuar të jepet gjatë gjithë jetës së vet pas video-lojrave, një individ pra që, edhe pse rritet fizikisht, s'do të rritet kurrë kulturalisht; kjo, sepse edhe kur ai të rritet, psikika e tij do t'u përgjigjet më së shumti stimujve audio-vizivë, me të cilët ai është formuar qysh në vogëli (*ibid.*: 16).

Fakti që ekrani nuk është shpikja e fundit në morinë e mjeteve të komunikimit masiv, e shtyn autorin ta thellojë edhe më tej analizën e vet. Dilema e tij lidhet me faktin se a do t'i kthehet kulturës së shkruar individi i rritur prej videos, në çastin që do të bjerë në kontakt me internetin, i cili ndërthur brenda vetes si ndërveprimin me imazhin, ashtu edhe me fjalën. Pavarësisht se teorikisht ai i mvësh internetit cilësinë e të qenit burim dijeshe e njohurish, të cilat mund të shërbejnë për vendosjen e urave me marrëdhënien gjuhësore, e rrjedhimisht edhe me kulturën e shkruar, praktikisht është tejet skeptik përse i përket kontributit të tij në favor dijesimit të video-fëmijës, kur ky i fundit të rritet. Skepticizmi i tij i ka rrënjët tek fakti se fëmija e nis me televizorin dhe kur mbërrin tek interneti s'e ka të pajisur interesin njohës me çelësa abstragues. "E meqë pa aftësinë abstraguese është e pa mundur të hysh në '*mundus intelligibilis*', ka të ngjarë që dija e imagjinuar nëpër rrjete të mbetet në pjesën më të madhe e papërdorur" (*ibid.*: 31). Për këtë arsye, edhe pse mund të pritet që interneti të prodhojë dije kulturore masive, kjo gjykimin e Sartorit ka pak shanse të ndodhë, sepse edukimi me ekranin s'premtion gjë tjetër veçse një individ që refuzon të thithë dije. Rritja me të premtion një brez adoleshentësh që autori i cilëson si "analfabetë kulturor", çka do të thotë se edhe ato që do t'u jenë dashur t'i mësojë në shkollë, ata "do t'i harrojnë menjëherë (...) duke e përdorur internetin vetëm për të vrarë kohën bosh, në shoqërinë e 'shpirtrave binjakë', sportivë e erotikë" (*ibid.*: 32).

I njëjti skepticizëm e shoqëron autorin edhe përballë dilemës tjetër, që lidhet ngushtë me pyetjen se a mund të quhet i kapërcyer televizori me shpikjen e internetit. Fakti që ai është një prej orendive më të përdorura në çdo familje, fakti që ofron një shikim pasiv, më të rehatshëm se interneti që bazohet më së shumti në ndërveprimin aktiv, e shtynë të besojë se ekrani do të vazhdojë ta ruajë edhe për shumë kohë epërsinë e vet ndaj mjeteve të tjera të komunikimit masiv. Kjo, edhe për arsyen se, ndryshe nga interneti e bota kibernetike, ai shfaq një reale të prekshme, e cila mund të ndikojë në jetën e çdo individi.

Opinion i teledrejtuar – Video-politika¹

Pasi analizon se ç'prodhon epërsia e imazhit mbi kulturën e shkruar dhe skicimin e njeriut që formësohet prej kësaj përmbysjeje, Sartori shqyrton një tjetër anë të ekranit: pushtetin e tij mbi individët e rritur, e veçanërisht ndikimin e tij në një prej shtyllave të sistemit demokratik, në atë të opinionit publik. Në këndvështrimin e tij, ekrani nuk mjaftohet vetëm me formimin e të miturve, sepse teksa kryen këtë proces, ai ndikon e formëson njëkohësisht edhe të rriturit, e këtë e bën përmes informimit që ofron, i cili në pjesën më të madhe të rasteve katandiset

¹ Term i krijuar prej vetë Sartorit, për të shënuar një nga anët e shumta të pushtetit të videos: ndikimin e saj mbi proceset politike.

për autorin “në ca të dhëna mbi sportin, kronikën e zezë, rozë (apo atë të përloturën) e mbi katastrofa të ndryshme, çka nuk e përjashton aspak faktin që një pjesë e tyre të jenë informacione politike, mbi polisin” (*ibid.*: 39).

Fokusi i tij në kapitullin e dytë janë pikërisht këto lloj informacionesh, që e pajisin qytetarin me dijeninë politike. Mënyra se si media vizive ia përcjell ato shoqërisë, çojnë për të në krijimin e një opinionit publik të deformuar, çka sjell si pasojë edhe vënien në pikëpyetje të vetë thelbit të demokracisë. Sartori pohon se ekrani, për hir të besueshmërisë që gëzon imazhi mbi fjalën, është pilotuesi kryesor i opinionëve dhe, në shumicën e vendeve, “populli mendon sidomos në funksion të asaj që televizioni e shtyn të mendojë” (*ibid.*: 40), gjë që më shumë se një përcjellës opinionesh, e shndërron atë në “një zëdhënës opinionit”, që për Sartorin s’është gjë tjetër në të vërtetë veçse “jehona e zërit të vet që rikthehet” (*ibid.*: 45-46). Për këtë motiv, ai thekson se video-politika po sjell “një ndryshim radikal, mbi se si duhet të jemi politikë e se si duhet ta menxhojmë politikën” (*ibid.*: 40).

Në këndvështrimin e politologut, shpikja e medias vizive e ka shkatërruar plotësisht ekuilibrin që ekzistonte mes opinionëve të pavarura dhe heterogjene, të cilat garantoreshin më parë nga një shtyp më i larmishëm e më i lirë. Deri me shpikjen e radios, ky ekuilibër sipas tij nuk çenohet aspak: “Problemi lind me televizorin dhe me masën se sa e vështuara mbizotëron atë që thuhet” (*ibid.*: 45). Për hir të epërsisë së madhe të imazhit mbi bisedën, televizioni e prish këtë ekuilibër, sepse “fshin morinë e autoriteteve dijedhëse, që vendosin në mënyra të ndryshme se kujt t’i besojmë e kujt jo” (*ibid.*: 46) e promovon “të ashtuquajturit lidera ndërmjetësues të opinionit” (*ibid.*).

Pse për autorin media vizive s’është gjë tjetër veçse “një zëdhënës opinionit”, “jehonë e zërit të vet që rikthehet”? Për t’i dhënë përgjigje kësaj pyetje, arsyetimi i tij nis nga mënyra se si media vizive e formëson këtë opinion, për t’u shfaqur më pas, përmes sondazheve, si përcuese e tij.

Meqë formimi i opinionit publik varet në radhë të parë nga informacionet që i ofrohen publikut (popullit) e meqë media vizive është një nga mjetet e komunikimit më të përqafuara në shoqëri përsa i përket informimit, ai shqyrton informacionin që i ofron ky mjet komunikimi qytetarit. Nisur nga fakti që ekrani ka parësor komunikimin përmes imazheve, autori gjykon se shoqëria përfton përgjithësisht prej tij dy tipologji informacionesh: informimin e pakët dhe keqinformimin, të cilët shkojnë të dy në favor të formësimit të një opinionit publik të mangët².

Informimi i pakët vjen si rrjedhojë e vetë natyrës së medias vizive. Seleksionimi i parë që i bëhet informacionit të destinuar për publikun, është ai mes informacionit të xhirueshëm e të paxhirueshëm. Nëse s’ka xhirim, s’ka as informacion, ç’ka nënkupton se për hir të këtij kriteri, informimi që ofron ekrani është i pjesëshëm. Kjo e dhënë, në fakt, e shtyn Sartorin t’i mvësh ekranit edhe një tjetër tipar, “fshatësimin”, e jo me të njëjtën nuancë kuptimore si të McLuhan-it, por në idenë e varfërimit, në

² Sartori pohon se ky lloj shtrembërimi që i bëhet informacionit, s’është me patjetër i qëllimshëm; shpeshherë ai pasqyron deformimin profesional të atyre që punojnë në media, çka në këndvështrimin e tij e bën më të pafajshëm si veprim, por edhe më të rrezikshëm njëkohësisht: “Që të jem i qartë: s’është e thënë që shtrembërimi i informacionit të jetë i paramenduar; shpeshherë ai pasqyron deformimin profesional, gjë që e bën më të pafajshëm si veprim, por edhe më të rrezikshëm” (*ibid.*: 54).

kuptimin që detyra e të shfaqurit me se s'bën, e kufizon ekranin të transmetojë vetëm ato informacione, xhirimet e të cilave mund t'i përballojë financiarisht, çka sipas tij lë jashtë zonat e vështira për t'u xhiruar apo ato që mund të kenë kosto të madhe xhirimi:

Dikur, edicionet e lajmeve qenë më tepër lexime në studio. Me pas, dikush zbuloi që misioni, detyra e televizionit, është t'i shfaqë gjërat për të cilat flet. Ky zbulim shënon edhe fillimin e degjenerimit të televizorit, sepse është pikërisht ai që e 'fshatësoi' median vizive, në kuptimin e kundërt të asaj që nënkuptonte McLuhan-i me këtë fjalë: në kuptimin që ky zbulim e kufizon televizionin tek 'e afërta' (tek fshatrat e afërt) duke nxjerrë jashtë vendet vështira ose tepër të kushtueshme për të çuar një ekip televiziv. (*ibid.*: 55-56)

Në këtë këndvështrim, dashur pa dashur, teksa s'informon dot për hir të kushtëzimeve që i rrjedhojnë nga natyra që ka, pra nga komunikimi thelbësisht me imazhin, ekrani shfaqet edhe si përforcues i përjashtimit social e kulturor, çka bën që hendeuku mes realitetit të vërtetë dhe atij të dhënë prej tij, të thellohet edhe më tej, në favor të mangësisë së një gjykimi më objektiv.

Përpos këtij seleksionimi të parë që rrjedhon nga "e xhirueshmja", dëmi më i madh që i bëhet dijësit cilësor të opinionit publik, buron për Sartorin nga keqinformimi që ofron media vizive. Veç dijenisë së mangët që ofron parja e një bote përgjysmë, sepse ekrani shfaq vetëm ato zona ku mund të hyjë kamera dhe kamera jo gjithmonë lejohet të xhirojë, keqinformimi kryesor buron nga statistikave "false" e nga intervistat rastësore. Kur nënvizon "false", ai nuk u referohet statistikave në vetvete, por interpretimit të tyre, që shkon tek populli përmes gojës së folësit ose gazetarit, i cili mund të varet nga interesa të ndryshme. Ndërkaq, edhe intervistat rastësore, sidomos kur merren për çështje të rëndësishme që prekin gjithë komunitetin, luajnë rolin e keqinformuesit, e rrjedhimisht të keq-opinion-formësuesit, sepse për Sartorin kur mendimi i qytetarit, i krijuar nga një informim i pakët e keqinformim, thuhet para kamerës, fiton cilësinë e të qenit një opinion publik që nxit keqkuptimin: "Kur gjërat shkojnë mirë, intervistat e rastësore krijojnë larmi, por përsa u përket problemeve serioze, janë shumëfishuese të mrekullueshme të budallallëkut. Kur thuhet në video, budallallëqet përbëjnë opinion: i thotë dikush pa pikë truri [...] e të nesërmen i dëgjon të përsëritura nga dhjetëra e mijëra njerëz" (*ibid.*: 64).

Pasi e formëson opinionin publik, media vizive e teston atë, duke ofruar për të gjithë një përqindje të caktuar se nga cila anë e një çështjeje të rëndësishme publike, anon mendimi i qytetarëve. Mjeti që i vjen më për shtat, e padyshim edhe më funksionali e bindësi për publikun, janë sondazhet, të cilat, më shumë se një mjet që shpreh pushtetin e zërit të popullit, autori i sheh si një mjet të pushtetit të medias vizive mbi këtë të fundit, që përdoret për të ndikuar qëndrimin e tij përballë votës.

Sondazhet nuk janë mjete të demo-pushtetit - një mjet që zbulon *vox popul*-in - por janë sidomos shprehje e pushtetit të medias mbi popullin; ndikimi i tyre shpesh bllokton vendimet e nevojshme e të domosdoshme ose çon në vendime të gabuara që mbështeten prej zhurmave 'të pastra', prej opinioneve të dobëta, rastësore, të manipuluar edhe të disinformuar. Me pak fjalë, nga opinione të verbëra. (*ibid.*: 50)

Efektet e video-politikës për Sartorin nuk ndalen vetëm tek formësimi i mangët i

opinionit publik. Ato kanë rrezatim të gjerë dhe përfshijnë e ndikojnë edhe vendimet politike të qytetarit në zgjedhjen e përfaqësuesëve që do ta qeverisin. Nga ana tjetër, edhe këta të fundit, të varur prej videos si pjesa më e madhe e shoqërisë, përveçse e përdorin atë për qëllime politike, rrezikojnë në më të shumtën e rasteve edhe t'i marrin vendimet e tyre politike nisur nga ajo që shfaq e thotë media. Kapitulli i tretë i esesë së Sartorit, fokusohet pikërisht tek ndikimi që ka ekrani në zgjedhjet elektorale, në procesin e qeverisjes, e gjithashtu edhe tek demokracia.

Po demokracia?

Të përcaktosh sa përqind ndikon ekrani tek zgjedhjet e zgjedhësve, është për Sartorin po aq e vështirë sa edhe përcaktimi me përqindje i gazetave në këtë drejtim. Kjo për të vetmin motiv se është e pamundur të bëhet një pasqyrë reale mbi se si do të ishin vendimet e zgjedhësve në mungesë të këtyre mediave masive. E vetmja që mund të matet për të, është ndikimi i medias vizive në orientimin e votës përgjatë zgjedhjeve elektorale, gjë që është vërtetuar katërcipërisht³. Studimet e shumta të cilave ai u është referuar mbi këtë argument⁴, dëshmojnë se ekrani ushtron një ndikim tejet të madh, sidomos në vendet ku populli zgjedh të informohet ekskluzivisht vetëm prej tij. Por, në gjykimin e Sartorit, orientimi i votës përgjatë zgjedhjeve elektorale është vetëm njëra anë e problemit, sepse ndikimi i video-politikës nuk prek vetëm popullin-elektorat, por edhe vetë politikën, si lokalen, ashtu edhe atë ndërkombëtare. Një nga efektet më negative që i shquan ai video-politikën në këtë drejtim, është ajo që politologu e cilëson si “personalizim të zgjedhjeve”⁵.

Në këndvështrimin e tij, më tepër se na informon mbi programet politike me të cilat duhet të njihemi për një qeverisje sa më të mirë të qytetit politik, ekrani na shfaq përfaqësuesit e partive, performancën e tyre, çka më shumë se përcues të mesazheve politike, pra dhënës të ideve të qarta mbi se ç’politikë duhet të zgjedhim, i shndërron ata në mesazhin vet: “Në video shohim njerëzit dhe jo programet e partive; dhe njerëz që janë të detyruar të flasin me pikatore [...] video-lideri, më shumë se transmeton mesazhe, është vetë mesazhi” (*ibid.*: 77). Për hir të fokusimit tek performanca e kandidatëve, garat elektorale kthehen në shfaqje mirëfilli mediatike, ku rëndësi fiton më tepër mënyra se si e me se e tërheqin vëmendjen përfaqësuesit politikë, se sa informacioni që u jepet zgjedhësve për t’i dijesuar mbi politikën që u shërben.

³ “... në zgjedhjet italiane të 1994-s, Luca Ricolfi (duke intervistuar një kampion të vetin çdo pesëmbëdhjetë ditë) llogariti se televizioni kishte zhvendosur djathtas më shumë se gjashtë milionë vota. E, pavarësisht se kjo është një zhvendosje e madhe, janë të shumtë ata që pohojnë se tre-katër milionë e zgjedhësve tanë janë të tele-drejtuar.” (*ibid.*: 77)

⁴ “Në një kërkim eksperimental, Iyengar dhe Kinder shquajnë mes pushteteve të lajmeve televizive ‘komandimin e vëmendjes së publikut (agenda setting)’ dhe fuqinë e përcaktimit të kriterëve që u formësojnë gjykimin (priming)’; në të dyja këto drejtime, ata arrijnë në përfundimin që ‘lajmet televizive, ndikojnë në mënyrë vendimtare tek rëndësia që u japin njerëzit problemeve kombëtare, si dhe tek konsideratat me të cilat vlerësojnë drejtuesit politikë.” (*ibid.*, f.76)

⁵ “...kur flasin për personalizim zgjedhjesh kuptohet se më rëndësi kanë ‘fityrat’ (nëse janë telezhënike apo jo, nëse spikasin në ekran apo jo). Në çastin kur ‘politika përmes imazhit’ mbështetet më shumë tek performanca e njerëzve, ky personalizim bëhet masiv, që do të thotë se personalizimi i politikës shtrihet në të gjitha nivelet - përfshi aty - sidomos nëse votohet për sisteme zgjedhore njëmërore, - edhe nivelin e liderëve lokalë.” (*ibid.*: 78)

Ky “personalizim i zgjedhjeve” rrezikon të çojë edhe në transformimin e strukturës e thelbit të partive si organizime masash (pavarësisht se kjo varet në një masë të madhe nga sistemi elektoral e partiak i zgjedhur), çka e shtyn Sartorin ta cilësojë këtë efekt të video-politikës, edhe si një proces që synon në thelb shkatërrimin e tyre.

Video-politika synon të shkatërrojë - ku më shumë e ku më pak - partitë, ose të paktën partinë organizative të masave që ka mbizotëruar skenat e Evropës për rreth një shekull. Kjo, jo vetëm për motivin se televizioni është një mjet i dhe për kandidatët, në vend që të jetë mjet i dhe për partitë, por edhe sepse mbledhja e votave s’kërkon më një organizim kapilar selish e aktivistësh. Berluskoni arriti të merrte një të katërtën e votave të italianëve pa ndonjë parti të organizuar pas shpatullave (por me shpatulla të mbuluara më së miri nga perandoria e vet televizive. (ibid.: 79)

Si një tjetër efekt negativ të video-politikës, Sartori veçon edhe lokalizimin që sjell në politikë varësia nga videoja, çka në gjykimin e tij, e shndërron politikën “në një lojë me shumë zero e negative: një ndërveprim të destinuar për të humbur” (ibid. f. 83), e kjo sidomos përsa i përket politikës ndërkombëtare. Të karakterizuar në një masë të madhe nga një video-varësi e theksuar, një pjesë e mirë e politikanëve, shtyhen të marrin vendime apo të ngrenë strategji nisur vetëm nga ajo që shohin në ekran, gjë që për autorin jo vetëm prodhon politika të padobishme⁶, por edhe të gabuara ndonjëherë⁷.

Po për hir të besimit që ngjall videoja, pra ajo çka shihet me sy, ekranin jo vetëm që bëhet autoriteti dijedhënës më i rëndësishëm i çështjeve publike, por u jep një peshë të madhe edhe dëshmime falso, të cilat Sartori i klasifikon si një tjetër efekt negativ të video-politikës. Në gjykimin e tij, media vizive i jep një peshë tejet të madhe kujt nuk është burim i besueshëm, kujt nuk ka asnjë titull si ‘*opinion maker*’ (ibid.), çka ai e gjykon si një shërbim tejet të dëmshëm ndaj demokracisë si qeveri e opinionit. Me ekranin autoritete dijedhëse bëhen yjet e kinemasë, gratë e bukura, këngëtarët, futbollistët e me radhë, kurse “eksperti, autoriteti që di vërtetë (edhe pse jo gjithmonë inteligjent) kthehet në ‘*quantite negligable*’ (ibid.).

Politika që vjen përmes ekranit, është për Sartorin përgjithësisht një politikë e ngjizur prej emocioneve që ngjallin reagime të forta, gjë që për të shkon gjithashtu në dëm të demokracisë, e cila nuk ka nevojë dhe aq për emocione, se sa për dije e racionalitet. Sipas tij, politika emotive që nxit media vizive, një tjetër efekt negativ i video-politikës, s’bën gjë tjetër veçse ngre probleme, pa ofruar asnjë variant zgjidhjeje, duke kontribuar kështu në rëndimin e mëtejshëm të tyre.

Teksa i mëshon faktit se televizioni “i fryn problemet”, duke krijuar edhe probleme që nuk ekzistojnë, e se me referimin tek ‘dëshmitë falso’ fshin mendimin

⁶ “Rasti i Somalisë është emblematic. Përse të ndërhyhej në Somali dhe jo në vendet e tjera afrikane po aq të uritura, të gjujzëzuara prej ‘padronëve të botës’? Somalia ishte thjesht një betejë televizive. Pas fikjes së prozhektorëve, askush nuk kujtohet më për të e, për më tepër, askush nuk na thotë se ajo vazhdon të jetë si më parë. Ashtu siç dihej e dihet, nëse ndërhysh në një sistem banditësh, o eliminohen banditët, ose gjithçka është e kotë. Por televizioni ‘monto’ një ndërhyrje vetëm humanitare, sa për të shuar urinë, e kaq. Somalia s’mund të ishte dështim, e qe një dështim që televizioni s’na i shpjegoi kurrë e as na ndihmoi ta kuptonim.” (ibid.: 84)

⁷ “Presidenti Regan u përfshi në trazirat e Irangate-it sepse shihte çdo natë në ekran imazhet vajtuese të familjarëve të pengjeve.” (ibid.: 84)

që do të shërbente në fakt për t'i zgjidhur ato (*ibid.*: 112), Sartori i rendit efektet e video-politikës, me qëllimin për të dëshmuar se ekrani nuk ofron për asnjë çast një formësim cilësor dijesh politike, duke kontribuar në këtë mënyrë në krijimin e një shoqërie të paditur e rrjedhimisht edhe të paaftë në dallimin e zgjedhjen e atyre politikave që do t'i zgjidhnin problemet e do t'i ofronin një qeverisje më të mirë. Kultura e imazhit për të, thyen ekuilibrin mes pasionit dhe racionalitetit që mundëson fjala përkundër të vështruarit, çka çon gjithashtu në pakësimin e konsiderueshëm të racionalitetit të *homo sapiens*-it. Marrëdhënia e ngushtë me ekranin dhe epërsia e tij mbi mjetet e tjera të komunikimit masiv, s'ka prodhuar gjë tjetër për të veçse një kontekst social me ndërlikime më të mëdha e me mendje të pazonjat për t'i zgjidhur ato, e “tekta realiteti ndërlikohet dhe ndërlikimet rriten marramendësisht, mendjet e njerëzve thjeshtëzohen dhe ne jemi duke rritur një fëmijë – siç e thashë – një video-fëmijë që nuk rritet, një i rritur që konfigurohet të mbetet gjithë jetën fëmijë.” (*ibid.*)

E ardhmja e kësaj shoqërie video-dipendente, karakterizohet për Sartorin edhe nga një tjetër negativitet. Përveçse krijon një “popull të dobët”, me një aftësi të pakët për të kuptuar e pa pavarësi mendimi, ekrani favorizon edhe “humbjen e komunitetit” (*ibid.*: 96).. Edhe pse të ndenjurit para tij duket sikur të mban në kontakt me gjithçka që ndodh rreth teje e në botë, në fakt e tëra s'është gjë tjetër veçse një proces izolimi. Televizioni krijon për të “një turmë të vetmuarish” (*ibid.*) dhe, nëse një marrëdhënie e tillë kaq e ngushtë krijohet edhe me internetin, e ardhmja e shoqërisë njerëzore do të jetë “një vetmi elektronike” (*ibid.*), çka shkon sërish në dëm të demokracisë, pra sistemit qeverisës që bazohet tek pushteti i popullit, ku ky i fundit duhet të drejtojë duke qenë pjesëmarrës aktiv.

Për Sartorin media vizive nuk pruri atë që mbështeste McLuhan-i tek “Medium is a massage”, pra që “ekrani do të rriste në mënyrë intensive përgjegjësinë e njerëzimit, në kuptimin që njerëzit do të ndërgjegjësoheshin për gjithçka e kudo” (*ibid.*: 87), por të kundërtën. Cilësinë të qenit “global” të televizionit, politologu italian e konsideron të pjesshme. Për të është e vërtetë që televizioni fshin distancat, pra na dëshmon në kohë reale vende dhe ngjarje nga e gjithë bota, por ky globalizëm vjen përgjysmë tek teleshikuesi, ca për hir të pamundësisë së medieve për të mbuluar me trupa televizive çdo cep të botës, e ca për shkak se “xhirueshmja” i nënshtrohet edhe një selektimi mjaft të rreptë sipas parimit “kush imazh tërheq më shumë”. Në gjykimin e tij, mediet vizive arrijnë ta mbulojnë botën dhjetë herë më pak se gazetat. Kjo, sepse pavarësisht faktit që se vështruara hap një dritare që e shkruara s'e ofron, zgjedhja e dritareve që zgjidhen të hapen, bëhet pa ndonjë kriter të caktuar (*ibid.*: 88). Ndërkaq, “fshatin” që do të krijonte media vizive si mjet komunikimi, ai nuk e sheh aspak si njësi kompakte e të njehsuar, sepse “televizioni e thyen botën në mijëra fshatra, duke e katandisur njëkohësisht në formatin e fshatit” (*ibid.*: 89). Kur shprehet në kapitullin e dytë mbi “fshatësimin” që ofron televizioni, Sartori nuk i referohet një metafore. Për të, bota e parë përmes imazheve, pra njësia e përfutur prej montimit të pamjeve, është në maksimumin e mundësisë së vet shprehëse një fshat. Në favor të këtij “fshatësimi” shkon edhe fakti që video-politika nxit lokalizmin. Që të tërheqë njerëzit e një komuniteti, ekranin u kushton më shumë rëndësi lajmeve lokale, që përfaqësuesit e

politikës të jenë më në kontakt me elektoratin, përqendrohen padyshim më tepër tek to, dhe e gjitha kjo për Sartorin kontribuon pikërisht tek ky “fshatësim”. A nxit televizioni një mendje të zvogëluar apo të gjerë? Për politologun italian “mes të dyjave nuk ka kontradiktë. [...] ekrani prodhon herë njëren herë tjetrën, me kushtin që dy mendjet të mos kenë përplasje me njëra-tjetrën. Nëse përkohnë, atëherë mbizotëron e zvogëluara” (*ibid.*: 90).

Përgjatë gjithë analizës së tij, Sartori në thelb nuk është kundër zhvillimit të teknologjisë së komunikimit masiv. Për të ky zhvillim është i pashmangshëm. Ajo që kundërshton fort ai, është fakti që këto zhvillime nuk duhen pranuar verbërisht, sepse mund t’i sjellin shoqërisë njerëzore dëme të pariparueshme. Mes imazhit dhe fjalës për të nuk ka asnjë lloj kontradikte. Nëse e “kuptuara përmes koncepteve” dhe “e kuptuara nga të vështruarit” kombinohen siç duhet me njëra-tjetrën, sintetizohen, atëherë zhvillimi i kësaj teknologjie do të ishte një hap pozitiv. Pikërisht kjo ndërthurje është edhe boshti i apelit të tij, i cili edhe pse mund të duket apokaliptik, siç e cilëson edhe vetë ai në hyrjen e *Homo Videns*-it, ka një bazë të mirëqenë: lidhjen e ngushtë pas ekranit dhe epërsinë që fiton imazhi fake këtij të fundit mbi mbi fjalën.

Siç e theksova edhe në fillim të këtij prezantimi, të dhëna indirekte që favorizohen nga kushtet sociale ku jetojnë sot shqiptarët, dëshmojnë për një marrëdhënie tejet të ngushtë tyren me median vizive. Kampioni mbi të cilin qenë nxjerrë të dhënat nga Instituti i Shëndetit Publik shqiptar, është vetëm një pjesë shumë e vogël e së tërës. Nëse një studim i tillë do të shtrihej nga veriu në jug të Shqipërisë, përfshi edhe skutat më të thella të vendit, pasqyra e epërsisë së medias vizive, si i vetmi burim informimi e argëtimi në vend, do të na ndihmonte ta kuptonim më qartë se në ç’realitet social gjendemi e si e kemi raportin me këtë mjet komunikimi. E vërtetë është që në median vizive shqiptare vërehen të gjithë elementët që Sartori i cilëson si efekte negative të video-politikës, që nga personalizimi i zgjedhjeve, e deri tek politika emotive e autoritetet false, ndaj parja me relativitet e gjithçkaje që ofron ky mjet i komunikimit masiv dhe fokusimi tek të tjera mjete informimi që do të mundësonin një dije cilësore në favor të gjykimit racional, veçanërisht për çështjet e politis, do të mundësonte ndoshta rrethana më të mira sociale për të gjithë. Pikërisht për këto motive, eseja e Sartorit është një literaturë e nevojshme për lexuesin shqiptar, i cili përmes saj mund të përftojë një dozë ndërgjegjësimi mbi pasojat që sjell kjo marrëdhënie kaq e ngushtë me ekranin.

Bibliografia:

Instituti Shqiptar i Medias (2007). TV Prime Time News Monitoring and Analysis.

Marrë më 1/06/2011 nga <http://www.institutemedia.org/Documents/PDF/Prime%20Time%20Neës%20report.pdf>

Instituti i Shëndetit Publik (2011) *Sjelljet e Shëndetshme në fëmijet e moshës shkollore*. Marrë më 31/05/ 2011, nga <http://www.ishp.gov.al/publikime/Sjelljet%20e%20femijeve.pdf>, f.34-38.

Këshilli Kombëtar i Radio Televizioneve. <http://www.kkrt.gov.al/sq/operatoret/telvizionet>, konsultuar më 25.06. 2011.

Abstract

Technology, Politics and Social Sciences

Odeta Barbullushi

This editorial note explains the rationale behind this collection of articles. It argues that technology has changed radically the way we interact, work, and live in the community. Despite our being at the receiving end of technological innovation, the note suggests that we are inevitably using and integrating technology in our daily political and academic practices. The note introduces the articles in this volume and their main arguments, making a point for the inter-disiplinarity and inter-dependency of social sciences.

Technology of Information and Communications and the Sociological Sciences

Fatos Tarifa

Abstract

The moral implications of technology and its potential misuse were of deep concern to the classical sociologists. For Marx and Engels technology was basically neutral; everything depends on who controls it. If privately owned, it can be used to gain personal profit while exploiting others. If not privately owned, it can provide humanity with freedom from the drudgery of arduous tasks and freedom to pursue higher and more fulfilling goals. Weber and Simmel (and also later, Foucault) were concerned with the invasion of objective culture, rationalization, and powerful institutional forces into the lives of individuals because of their potential as instruments of control. Durkheim drew a close connection between the level and type of integration in a society. He observed that communities move from those based on kinship and place (*mechanical solidarity*) to those founded on similarities of interests (*organic solidarity*), just like Tönnies distinguished between two types of social organization: *Gemeinschaft* (traditional community) and *Gesellschaft* (modern society). It is argued that advances in technology can further stimulate sociological thinking and new ideas in the realm of social sciences.

A model of propaganda: An anthropological view in contemporary media environment _____

Aleksander Dhima _____

Abstract

This article analyzes the effects that propaganda has on public opinion. This is done mainly through the role of the media, in accordance to ethno-specific cultural and historical circumstances. As a basis for assessing the political, ideological, religious and trade impact of this phenomenon in various stages of time, I use the *classic propaganda model*, which has gradually been transformed into an integral instrument of the government. In this article I focus on how the classic propaganda model is reflected in the Albanian media and try to identify some of its typical forms by revealing the agitation and propaganda, atheist, Marxist-Leninist, official and editorial expressions. Further I examine the challenges of channeling the media from a propaganda tool, to an instrument that serves the public opinion. According to the author this can be achieved through the liberation of editorial indoctrination policies structures. Finally I analyze some of the features of today's Albanian media similarities with the classical model of propaganda. Among the contemporary issues of this media-political entities are: the ongoing risk of manipulation, the politicization of everything that has to do with the social environment, rhetoric and the use of folklore in conveying the message.

The impact of technology in War Strategy _____

Luan Hoxha _____

Abstract

The impact of technology in military affairs has been always remaining part of discussions over the development history of the war and combat. There are many supporters of the technology or technophiles who argue that technology crucially affects on warfare and war fighting, even on tactics of how to conduct military operations or affecting so much military doctrine. What is more important they support idea of technology has definitely changed the strategy of war. On the other side, there are authors who acknowledge the impact of technology on warfare and its ingredients, but they think it is the rightful share of a common evolution of military affairs and this influence is not a decisive factor in winning the war.

Despite the interesting and contemporary terms like “Revolution in Military Affairs” (RMA), “Fourth Generation War” (4GW), “Network Centric Warfare (NCW),” hybrid wars “etc., or other terms which are used often to underline technological changes in the strategic field, this article will argue these differences do not justify some new approaches to the role of technology in war. Although it must be admitted that the impact of technology has a particular role and use of technological advantages brought very positive results in the battle-field, the technology is not the determining factor for winning or losing the war. If there is a decisive factor that leads to the victory of the war, this has been and still is the human factor.

Medical Techniques and Dilemmas of the Subject in Neo-liberalism _____

Klodiana Turhani _____

Abstract

Techniques are more and more present in the life of human being in their health, social, or political plans. As a case study I will address how the “caesarean section” that is performed during the birth of a child is offered to prevent maternal and infant mortality. We found that there is increasing use of “caesarean section» in childbirth and most often pregnancy is treated as a disease rather than a natural physiological process. As a post-socialist country, techniques or scientific achievements were presented to Albanians for a 50-year periods as the project of creating “new socialist man”. On the other hand neoliberal discourse emphasizes performing / reproductive body. Reproduction is not seen only as a result of intimate relation but more and more as a product of technique.

Caesarean section, in some cases is presented as a requirement by pregnant women because they want to avoid pain. According to the Lacanian theory not only unconscious desires of the subject but failures as well will be understood under the social interaction of the subject. In the Albanian context techniques or technology as synonym to progress has left traces in social memory as a substitute or a rival of natural forms and techniques. Thus these techniques do not work under a set of internal morality but instead on how people use them.

National, regional and peripheral identities _____

Roland Lami _____

Abstract

Besides rapid technology advancement, local and global communications are taking even greater dimensions. The ideas conveyed by current media and intensive exchange of experiences are conceived by communication specialists as the most efficient way to outline attitudes and consequently, to provide models for solutions to challenges of actuality.

This dimension will be analyzed in the form of an analysis within the Albanian speaking area. As we already know, some powerful media company, based in Tirana, “are ruling” Albanian speaking market, developing a business with a clear geocultural and geolinguistic orientation. Precisely, these cultural products with national connotations fabricated by the “center” are stimulating homogenizing tendencies of thought to the “peripheral” areas, threatening the cultural connotations of diversified social groups involved in the communication process.

Building a state of the rule of law in post-communism: An elitist perspective _____

Gentian Elezi _____

Abstract

The rule of law concept has become a crucial factor in building democratic political systems and societies they represent. It seems that these societies have now internalized this element. On the other hand, developing countries, and post communist countries more specifically, have experienced many difficulties in building a new system based on the democratic model. The aim of this study is to analyze and explain the influence of an important factor in this process: the role of political elite behavior and the importance of institutional choices made right after the fall of the communist regime. The first part deals mainly with the conceptualization of the rule of law and the debates raised upon it. This will seek to define the concept and how it is used in this study. The second part analyzes the interaction between this concept and the communist regime and the role it had in those societies. Then, through a comparative approach, the central part of the study analyzes and explains

how the strategies of institutional choices of the elite and that political conflict that characterized the latter, has influenced the process of rule of law consolidation in the first decade of the transition.

'In the name of the people': Populism in Ismail Kadare's letters to Ramiz Alia in 1990 _____

Enis Sulstarova _____

Abstract

The article displays the logic of populism in the letters exchanged during 1990 between the writer Ismail Kadare and the leader of the Party of Labor of Albania, Ramiz Alia. The correspondence took place at the dawn of democratic movement in the country and today it can be considered as a testimony of the breach opening between the Party leadership and reformist intellectuals. The attempt by Kadare to become the representative voice of intellectuals and the people vis-à-vis the poet of the Party, undermined the Party's position as the leader of the masses.

Local Elections or National local ones: Towards 'professionalization' of politics in post-communist Albania _____

Klejdi Kellici _____

Abstract

In this article I would like to review the role and impact of the local election campaign of 2011 in Albania. These elections were perceived as crucial in Albania, for they would impose the new strategy that the political parties would have to follow in the general election of 2013. (Këlliçi 2011; Budini 2011). These elections were more important than previous local election as the coalition's performance would legitimize the previous contested elections of 2009, test the support for some components of the

coalition government (such as the European Movement for Integration), test the role and power of the leader of the Socialist Party as the potential candidate to run the country and strengthen his position within his political force. We will therefore concentrate on the dynamics of campaigns in local elections in three important cities -Tirana, Elbasan and Korca- to understand the nature of the campaigns. Has there been a change in the typology of campaigns using what is now commonly labeled as Americanization of campaigns? If yes, what are the effects they have had and the results that they brought? Also, another element of the analysis centers on the campaign techniques used by some of the candidates (mainly the 'Alliance for Citizens') In this study we will use some of the analytical categories as synthesized by name Gibbson and the Romele (2009) to measure the degree of 'professionalization' of electoral campaigns in Albania.

Technological Innovation and the new marketing practices in Albania: The case of mobile advertising _____

Jonida Kellezi / Edlira Kasaj _____

Abstract

During the 20th century, technology has deeply effected lives and lifestyles of individuals , as well as the most dominant practices of business. These development have transformed the Albanian economy from an agricultural country into an industrial one. Innovation in technologies of information and communication have introduced new practices of business and marketing, thus providing the companies with new opportunities for interaction with their clients. Internet, I particular, has had a great impact on business practices, to be matched and surpassed only by the used of mobile phones. The latter technique has so far been a huge success, partly because of the mobile phones' vast use and popularity in Albania. However, it is argued in this article, that for the mobile phones to play a positive effect on business, it has to be integrated with other alternative techniques of communications.

Human Resource Development in organizational crisis management

Teuta Dobi

Abstract

Crisis management has been a largely overlooked territory in human resource development (HRD) despite the increasingly recognized impact of organizational crises on the individual and organizational performance. This paper explores the strategic role of HRD in the context of organizational crisis management using a strategic HRD model as a guiding framework to understand the various ways in which HRD can build crisis management capability in organizations.

As organizations become more technologically complex and global and operate in more turbulent environments, the need to align crisis management planning with business strategy becomes prominent which remains true in Albania. Crisis management requires the development of firm-specific capabilities and learning and performance interventions that enable stakeholders to identify, respond to, and recover from crisis events. Successful implementation of crisis management plans requires high-level strategic integration between HRD, organizational structure, culture, and strategy.

Drawing on systems theory to model the relationships in complex organizations, we developed a framework of interrelating factors that influence crisis events in organizations: technology, organizational structure, human factors, organizational culture, and top management psychology, which in this paper are screened through emergence and nature of Human Resource Development in the context of Albania. A breakdown of any of these factors is often triggered by or will trigger a crisis. The Crisis Management Model presented in this paper represents a comprehensible approach to understand and manage crises and is focused on increasing organizational learning and using that knowledge to restructure the crisis system. This model is further analyzed in view of Albanian human resource development and crisis management efforts, to conclude with its translation in the Albanian economic, socio-cultural and political perspectives.

In the crisis environment in Albania and elsewhere, it is paramount that organizations build a knowledge base of crises and capabilities of coping with it, which creates specific opportunities for HRD to advance their role in supporting organizational crisis management efforts. This study and its conclusions support the Albanian HRD professionals to identify, design, and implement some of the interventions in the areas of training, career development and organization development, needed to prepare organizations for handling crisis situations.