

UDC 316.723:78

Ali Pajaziti<sup>1</sup>

**RINIA, POP KULTURA DHE “VLERAT E POSTMODERNËS”**

**МЛАДИНАТА, ПОП КУЛТУРАТА И “ПОСТМОДЕРНИТЕ ВРЕДНОСТИ”**

**YOUTH, POP CULTURE AND “POSTMODERN VALUES”**

### **Abstract**

*Youth is a social category that marks a very dynamic entity, especially nowadays in the era of global transformations, when we face a large scale of changes, even in the sphere of the culture and values. So today's social anthropology cannot be written without consistent and deep analysis of interaction between different kinds of culture, produced by economic actors and media, and their impact to mentality and lifestyle of the young.*

*One of the products of the post-modern society is popular or youth culture, which is linked to cultural economy, pleasures, idleness, style and identity forms, relationships, meanings and social and cultural texts. Some of the questions that we face in the beginning of the 21st century are: Why the traditional values day by day are being relativized and new values are being affirmed by different TV, IT and social network tools? How they create a new profile of consumerist, hedonist and individual(ist) young and ignorant parallel society? Why the youth is attracted by computopia and what are its moral reflections? Is pop culture a new (pseudo)religion?*

*This paper, that uses different research methods, especially ethnography and content analysis, is about the triangle of youth, consumerist culture and postmodernism as a stimulating condition for life variety and a relativizer of social values.*

**Keywords:** *youth, pop culture, consumerism, hedonism, postmodernism, facebookmania*

*“Sikur të mos ishte interneti, jam i sigurt se gjysma e Maqedonisë do të çmendej”.*  
shënim nga Facebook

*“Dituria pa urtësi është zjarr të cilin njeriu e ndez për ta djegur veten.”*  
Fatmir Muja

---

<sup>1</sup> Profesor në Universitetin e Evropës Juglindore, Tetovë, Maqedoni. ([www.alipajaziti.net](http://www.alipajaziti.net))

## 1. Parashtjellim

Rinia përbën pjesën më vitale të çdo shoqërie, ardhmërinë dhe horizontet pozitive të mjedisit social të shëndoshë ose kategorinë që i bën shoqëritë të parashikojnë një ardhmëri plot lëkundje, madje edhe gjendjen e gjytimeve të shumta në të gjitha dimensionet jetike. Ajo është bartësja dhe realizuesja e vizionit dhe misionit të bashkësisë.

Rinia është term që shënon dimensione fiziologjike, demografike dhe sociologjike të një grupi shoqëror, të një kategorie sociale, e në përgjithësi, përfshin individët që ndjekin procesin arsimor, që ekonomikisht nuk qëndrojnë në këmbët e veta, janë të ndjeshëm ndaj çështjeve shoqërore dhe në aspektin demografik përfshijnë grupin moshor prej 15 deri më 25 vjet; disa këtë shifër e çojnë deri më 30 madje edhe deri më 35 vjet. Faza e rinisë është faza më dinamike dhe më komplekse e jetës. Cilësitë kryesore të saj janë zhvillimi fizik-trupor dhe ai psikologjik, dinamizmi, emocionaliteti, shpirti ndërmarrës, mosdurimi, kërkimi i identitetit, rebelizmi, krizat, shqetësimet, brengat, reaksionet, konfliktet, ëndrrat, pasionet, kërkesat e pafundme, mospërputhja mes pjekurisë psikofizike dhe shoqërore etj. Është fazë përgatitore kur fitohen tiparet e personalitetit të cilat janë të nevojshme për bartjen e detyrave profesionale dhe familjare, fazë kur i riu fillon të sillet si më i pavarur dhe më me përgjegjësi.<sup>2</sup>

Pop kultura ose kultura rinore, e mbiquajtur edhe kulturë konsumistike nënkupton një kulturë të cilën populli si masë homogjene e konsumatorëve e pranon pa pasur mundësinë ta kontrollojë, kulturë e krijuar dhe e shpërndarë nga mjetet tregtare, kulturë “e industrializuar, mallin e së cilës e prodhon dhe e shpërndan industria e motivuar nga përfitimi, e cila ndjek vetëm interesat e veta ekonomike” (J. Fiske). Në aspektin empirik kultura popullore mund të cilësohet edhe si praktika dhe tekste të kohës së lirë, kurse ideologjikisht trajtohet nga aspekti i të qenët i eksploatuar apo i kontrolluar, nga korniza e „krijimtarisë“ ose e rezistencës.<sup>3</sup>

Kjo kumtesë ka të bëjë me trekëndëshin rinia, kultura konsumistike dhe postmodernizmi si gjendje (*condition*) nxitëse e laramanisë jetësore dhe relativizuese e vlerave shoqërore.

## 2. Pop kultura: konsumerizmi, identiteti juvenil dhe hedonizmi si *modus vivendi*

Sintagma kulturë popullore përbën një shprehje rreth të cilës nuk është arritur në konsensus mes shkencëtarëve socialë. Disa duke u nisur nga shprehja „popullore“, kulturën popullore e ndërlidhin me “popullin”. Sipas tyre, kultura popullore nënkupton çdo gjë që është prodhuar nga ata që janë jashtë popullit dhe mbi popullin por që „krijojnë“ për popullin, i cili përbën shumicën, pra bëhet fjalë për kulturë të shumicës. Disa e kanë quajtur kulturë të klasës punëtore, dhe meqë kjo klasë është e varfër, e paarsimuar sa duhet, injorante dhe e panivel, edhe kjo kulturë del si e nivelit të ulët, e padobishme dhe bajate. Disa e kanë trajtuar kulturën popullore nga këndi i sasisë dhe cilësisë, duke pohuar se meqë është kulturë e shumicës, është kulturë pa cilësi të

<sup>2</sup> Ali Pajaziti, *Fjalor i sociologjisë*, Logos-A, Shkup, 2009, f. 553-554.

<sup>3</sup> David Rowe, *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, Ayrıntı Yayınları, Stamboll, 1996, f. 20

mirëfilltë. Këta e ndërlidhin kulturën popullore me kulturën masovike (*mass culture*), e krijuar dhe përhapur gjerësisht nga industria kulturore, e zotëruar nga pushtetmbajtësit dhe e shfrytëzuar nga ta për të udhëhequr dhe drejtuar turmat.<sup>4</sup>

Kultura konsumistike, e cila është pjesë e industrisë kulturore, e cila që nga fundi i shekullit të shkuar është shndërruar në veprimtari me relevancë të re dhe në rritje,<sup>5</sup> nuk është vetëm konsum, por edhe kulturë, proces aktiv i krijimit dhe bartjes së domethënieve e shijeve në kuadër të sistemit shoqëror. Kjo kulturë diskutohet me të madhe si pasojë e zhvillimit marramendës të teknikave audio-vizuale dhe të medias. Në këtë kontekst objekt debati janë reklamat, pop muzika, kinemaja, moda, sporti etj. Studimit të kulturës konsumistike i kanë kontribuar strukturalizmi, semiologjia, semantika si dhe shumë disiplina të tjera. Kjo kulturë është fryt i procesit të modernizimit dhe ndryshimit, i industrisë kulturore dhe konsiderohet si pjesë e mashtrimit të turmave. Sipas disave, kultura e konsumizmit u vë dinamit urave që lidhin të kaluarën me aktualitetin e popujve, është një „drogë“ që u ofrohet njerëzve në formë të modës dhe asaj që është trend ose *in*. Kjo për arsye se i largon ata prej kulturës vetjake, prej vlerave autentike, prej kombëtares, prej kulturës autentike. Kjo kulturë mbjell tek njerëzit instinktin e veprimit në bazë të logjikës konsumiste, i bën ata të humbin synimet e vërteta, i shndërron në mall. Kultura e popullit dallohet prej kulturës së konsumit (ose pop kulturës) sepse në të parën populli ka rol krijues, në të element me peshë është tradita; kultura e popullit identifikohet me kulturën dhe identitetin kombëtar. Kultura konsumistike është antipod i kulturës më ekskluzive siç është kultura elitiste ose kultura e lartë, është antipod i kulturës së grupeve shoqërore mbizotëruese.<sup>6</sup>



Kultura popullore konsiderohet si mjet dominimi, në veçanti të dominimit amerikan (Mel van Elteren),<sup>7</sup> pra mund të ndërlidhet me makdonaldizimin e botës, me amerikanizimin dhe oksidentalizimin. Përfaqësuesit e shkollës së Frankfurtit kulturën popullore e përdorin si sinonim të kulturës masovike dhe kanë mendim negativ për të. Për shembull Adorno thotë se pop muzika i tëhuajëson njerëzit dhe në këtë drejtim shpreh ndjenja shumë pesimiste. Sipas Adornos dhe Horkheimerit, kultura popullore e cila përhapet në saje të mjeteve të komunikimit masiv, krijon një mjedis kulturor homogjen, gjë që e lehtëson procesin e funksionimit të produktivitetit dhe të konsumit, duke u vënë në raport me funksionimin e tregut të këtij lloji të kulturës.<sup>8</sup> Por në këtë kontekst, të

<sup>4</sup> Nazife Güngör (ed.), *Popüler Kültür ve İktidar*, Vadi Yayınları, Ankara, 1999, f. 10, 11.

<sup>5</sup> Андреас J. Виесанд et.al., *Индустрија на културата: Развојни аспекти*, ФИОМ, Шкуп f. 7.

<sup>6</sup> Kudret Emiroğlu & Suavi Aydın, *Antropoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003, f. 694-695; Džon Fisk, *Popularna kultura*, Clio, Beograd, 2001, f. 31.

<sup>7</sup> Güngör (ed.), f. 17.

<sup>8</sup> Güngör (ed.), f. 14-15.

kulturës dhe tregut-ekonomisë, një grup mendimtarësh shfaqin zërin e tyre duke pohuar kultura është kapital publik dhe nuk guxon t'i bëhet fli ekonomisë monetare. Kurse ata që e prodhojnë kulturën argëtuese janë të mendimit se kultura përveç dimensionit edukativ duhet të ketë edhe atë zbavitës,<sup>9</sup> se aspekti argëtues i saj është i arsyeshëm dhe natyral.

### **Studim rasti:**

*Nga mesi i 125 studentëve të mi, 118, ditën kur e realizova anketën, kishin veshur xhinse, me gjasë, kontributi i vetëm amerikan në industrinë e modës. Edhe shtatë “renegatët” kishin të tilla, por rastësisht atë ditë nuk kishin veshur pantallonat blu. Po pyes, vallë a ekziston ndonjë produkt tjetër kulturor – film, program i TV-së, CD, grim buzësh që të jetë aq i popullarizuar?*

*I luta që shkurtimisht të shënojnë se ç’kuptim ka për ta personalisht xhinsi: lidhur me to diskutuam në përgjithësi. Nga debati doli një rrjet koherent domethëniesh të grupuara rreth disa pikave qendrore. Një nga ato grupe kuptimore ishte në thelb përbashkues, i refuzonte dallimet shoqërore. Në të xhinset shikoheshin si veshje joformale, joklasore, dygjinore, e përshtatshme për qytet dhe fshat: veshja e xhinsave ishte shenjë lirie përkundër kufizimeve që kategoritë shoqërore ia imponojnë sjelljes dhe identitetit. Mbiemri më i përdorur ishte i lirë, shpesh në kuptimin “të jem i lirë të jem ajo që jam”, pasonte mbiemri “i natyrshëm”. Në fakt, në aspektin psikologjik, kjo veshje është represive, më tepër përcjell kuptimet shoqërore se sa ndjenjat dhe gjendjen shpirtërore individuale. (Fisk, 2001: 8-10)*

Kultura popullore ose rinore ndërlihet me ekonominë kulturore, me kënaqësitë, plogështinë, stilin dhe format identitare, me një sërë marrëdhëniesh, kuptimesh dhe tekstesh shoqërore dhe kulturore të gjeneruara në mënyra të ndryshme.<sup>10</sup> Disa e kanë ndërlihur edhe me pikëpamjen *laissez-faire*, me lirinë, me diferencimin dhe distinkcionin social, me lëvizjen sociale nga poshtë-lart, në drejtim të qytetit dhe sofistikimit, drejt modës dhe asaj që është e veçantë.<sup>11</sup>

Por në disa vende, deri nga fundi i viteve 1970, të gjitha produktet e kulturës popullore kanë qenë të etiketuara si pleh dhe *kitsch* dhe kanë qenë të margjinalizuara. P.sh. kultura austriake çmon vetëm kulturën e lartë: Festivali i Vjenës (Wiener Festwochen) dhe ai i Salzburgut (Salzburger Festspiele) e vendosin Austrinë në epiqendër të kulturës së lartë globale.<sup>12</sup>

Qysh para 70 vjetëve Aldous Huxley në veprën e tij *Ishulli* jep një tabllë pesimiste për një botë të re, që nuk njeh qëllim tjetër përtej kënaqësive trupore dhe për të arritur këtë qëllim nuk zgjedh metoda, që përmes metodave shkencore ndërhyjnë në zhvillimin e njeriut qysh nga faza embrionike. Ai këtë rend e quan sistem të imponuar nga një pakicë mbisunduese despotike. Huxley flet për foshnjat të cilët përmes elektrohokut bëhen të mos prekin kurrë libër me dorë, për fëmijët të cilëve u skuqet fytyra sikur të ishte turp kur u përmendet familja, nëna, babai, vëllai, axha, teza, për “bineqët” niveli intelektual i të cilëve ngrihet/shtanget për shkak të mundësive për t’u përfshirë në punë të pista, turma që urrejnë zonat rurale-malore, por që kënaqen me sportet e hapura, të egrit kokat e të cilëve janë helmosur me Shakespeare-in. Piktura gjegjëse e sotme e asaj të bërë nga Huxley do të ishte: ndeshjet e Kupës Botërore në futboll, Champ’s league, serialët televizive spanjolle, turke, indiane, video lojërat dhe

<sup>9</sup> Виесанд et.al., f. 8.

<sup>10</sup> Rowe, f. 22.

<sup>11</sup> Fisk, f. 13.

<sup>12</sup> Виесанд et.al., f. 92.

filmat, regjistrat e mesëm kompjuterikë, domatet me hormone, pijangoja ose lotaria kombëtare, studimet online, e-library... Është kjo një periudhë ku individit është i humbur brenda turmës, kur jetojmë me hiperdemokracinë, kur s'i gjejmë më njerëzit si Erasmus dhe Kanti që ngrenë krye kundër pasioneve individuale në emër të njerëzimit dhe drejtësisë.<sup>13</sup>

Kultura popullore ndërlidhet me treshen hedoniste të viteve 1960 seksi, droga dhe rock and roll, një këngë e Ian Dury-t dhe Blockheads, që ndërlidhet me shprehjen "kokat e bllokuara" ose të droguara. Viteve '60 të shekullit të kaluar këngët theksonin kënaqjen me momentin e tashëm, si "But I Might Die Tonight", "Someday never comes", "Get it While You Can" (Janis Joplin), "Let Live for Today" (The Grass Roots). Kjo kohë është quajtur edhe koha e hedonizmit të tërbuar (*rampant hedonism*), shfrenim i pakontrolluar në pasionet e llojeve të ndryshme.<sup>14</sup> Vokabulari i muzikës rinore shqiptare ngërthen shprehje të ulta, agresive, kundërkulturore, si "s'po ma nin", "se jam ilaq për armiq e more papaka", "I'm an outlaw, rrespektim i ligjeve t'mija", "Bloody Boyz", "e kam shpirtin urragan", "nervat po më shkatërrohen", "make it hot", "Jom antiligjor a po nin antagonist", "Alkool, çka t'dush, çfarë ngjyre si t'dush V.I.P jom, ktu si t'dush ...", "ta kalli atmosferen... badihava je drogirash badihava man thik për mu kap me mu" etj.<sup>15</sup> Ja antiarti vetë, bastardimi leksikor-gjuhësor, imoraliteti në aksion.

Klima e krijuar nga globalizimi ekonomik dhe banalizmi dhe mediokriteti intelektual është vënë në shënjestër të qarqeve të ndryshme. Në vitin 2007, gjatë një ceremoniale në Brazil, Papa Benedicti XVI ka kritikuar kulturën popullore për përhapje të seksualitetit imoral, ka lavdëruar përvuajtjen dhe ndershmërinë në kohën e hedonizmit të skajshëm, ka atakuar mediat për përqeshje të martesës, virgjërisë, ka shprehur mendimet e tij kundër drogës, dhunës, korrupsionit dhe joshjes për pasuri dhe pushtet. Ai qysh në vitet 1990 kishte kritikuar performancën e Bob Dylanit për Papën Gjon Pali II.<sup>16</sup>

Ndikimi i kulturës konsumistike vërehet edhe në sportin e ekonomizuar dhe të shndërruar në një neopaganizëm, në një kuazi-religjion, një gjenerues të huliganizmit dhe dhunës tifozerike. Sporti, i cili në fakt duhet t'i lidhë njerëzit, sot është shndërruar në skenë të shpërthimeve të urrejtjes, pezmit ndaj tjetrit dhe tjetërsisë si në aspektin e ngjyrave të klubit ashtu edhe në aspektin nacional e racial. Identiteti social i fanatizmit sportiv tanimë ka marrë formën e një subkulture, pra krijohet një subidentitet që mbrohet me të gjitha masat, edhe me ato agresive-huliganiste. Agresiviteti juvenil ose rinor është një çështje që po prek sedrën e shoqërisë bashkëkohore dhe po kjo fushë e rrathëve koncentrikë dita-ditës shkon duke u zgjeruar, pra numri i shkollarëve intolerantë por rritet. Një pjesë e mirë e tyre nuk durojnë dot as familjarët e tyre, prindërit e lëre më oponentët e çfarëdo lloji. Ata shprehin ngjyrimet e violencës ndaj njerëzve të pikëpamjeve të ndryshme duke filluar nga sporti e deri te ata të përkatësisë së ndryshme ideologjike dhe etnike e fetare. Shkaqet e kësaj gjendjeje janë të shumta. Shoqëria në tërësi nuk është shoqëri stabile, është shoqëri e turbulencave dhe e tensionimeve të shumta, e agresivitetit kulturor e në veçanti politik dhe kjo gjeneron rinistë të dhunshëm, që epërsinë nuk e tregojnë me vlera por me antivlera, jo me forcën e arsyes dhe

<sup>13</sup> Nabi Avci, *Enformatik Cehalet*, Kitabevi, Stamboll, 1999, f. 8, 14, 18.

<sup>14</sup> James F. Harris, *Philosophy at 33 1/3 rpm: Themes of Classic Rock Music*, Open Court Publishing Company, Illinois, 1994, f. 103-104.

<sup>15</sup> <http://www.teksteshqip.com/tekste.php?aid=2443&id=1869754/29.03.2011>

<sup>16</sup> [http://www.msnbc.msn.com/id/18611180/ns/world\\_news-americas/17.03.2011](http://www.msnbc.msn.com/id/18611180/ns/world_news-americas/17.03.2011)

inteligjencës por me forcën e muskujve dhe shkopit. Analizat flasin se janë edhe mjetet e komunikimit masiv që e rrisin shkallën e dhunshmërisë përmes skedës së tyre programore plot pistoleta, pushkë, shpata, grushte, tanke... Gjithashtu ndikojnë edhe edukata e ulët dhe deeticizimi i shoqërisë. Vlerat morale kanë rënë deri në taban. Askush s'çan kokë për moral e etikë. Të gjithë prihen nga utilitarizmi e hedonizmi, nga dobia dhe kënaqësia e çastit (kjo mund të jetë vjedhje e kuletës, adulter ose rrahje e tifozit sportiv kundërshtar). Shoqëria moderne në përgjithësi është në krizë dhe për këtë flasin mendimtarët më të mëdhenj të botës si Rene Guenon, Ivan Kropkë e të tjerë.

Studimi i kryer këtë vit në Maqedoni nga UNICEF me nxënësit e klasave të shtata, të teta si dhe në vitin e parë dhe të dytë të shkollës së mesme (në 30 shkolla me 2114 nxënës) tregon se fëmijët e moshës nga 11 deri 15 vjeçare jo rrallë herë janë përdorues të alkoolit dhe duhanit. Hulumtimi u krye. Sipas sociologëve "përdorimi i alkoolit në mesin e popullatës rinore, në veçanti të asaj shkollare është refleksion i pop-kulturës, gjegjësisht i dobësimit të kulturës familjare dhe tradicionale, i zbehjes së autoritetit prindëror dhe i pranimit të ndikimeve të globalizimit mental. Kultura planetare shekullariste tenton që t'i thyejë tabutë, ndalesat dhe e ndihmuar nga mediat si TV dhe interneti, filmi dhe në veçanti sporti... rininë e kanë target sepse ajo është "konsumatorja më e denjë".<sup>17</sup> Edhe të dhënat lidhur me narkomaninë janë tmerruese si në vend ashtu edhe në korniza globale.

Sipas J. H. Gatto, projekti industrial, që dërrmoi personalitetin, lirinë personale dhe moralin tradicional, ndau fëmijët nga bota reale, duke avancuar autoritetin e biznesit dhe të shtetit politik përkundër traditës, familjes dhe fesë, solli gjendjen në të cilën njerëzit kanë probleme si me veten ashtu edhe me të tjerë (probleme psikologjike<sup>18</sup> dhe sociale).

Të konstatojmë: hedonizmi i kohës krijon vazhdimisht ikona "të cilat adhurohen" nga grigja. Kultura popullore adhuron disa prej tyre, nga Hugh Hefner te Richard Branson, nga M. Monro, Kennedy te Paris Hilton, Ch. Ronaldo, Eminem, B. Pitt...<sup>19</sup> Fama e shtytur nga mediat dhe misionarët e kulturës sipërfaqësore dita ditës shtojnë numrin e ihtarëve të makinerisë që prodhon hedonizëm të formës Big Brother, Macedonian Idol, Kafazi i Artë, të *paparazzi* shkulturizmit.

### 3. Postmoderniteti, injoranca informatike *alias* facebookmania

Siç dihet rrëfimi i madh i filozofisë moderne ose rrëfimi totalizues përfshin ligjëratën për progresin, emancipimin, lirinë, të cilat e afirmojnë universalitetin. Të gjitha këto *grand mite* që ngërthejnë mesianizëm historik, ndërliken me ardhmërinë, me idenë që pritet të realizohet. Thelbin e modernizmit e përbën ideja se historia ka kuptim progresiv, se shkon drejt një përkryerjeje përfundimtare (*endism*).

Disa ngjarje dramatike (si Çernobili, Muri i Berlinit, shturja e komunizmit) që e kanë tronditur shekullin XX, janë shqitur si fundosje e idealeve dhe synimeve të frymës së iluminizmit, si shturje e projekteve të mëdha të emancipimit (Kullashi).<sup>20</sup> Kohëve të

<sup>17</sup> <http://kohaere.eu/index.php/lajme/maqedoni/9004.html/18.03.2011>

<sup>18</sup> Sipas Al Gore (2000) 55 % e popullsisë amerikane është e shqetësuar mendërisht dhe kanë nevojë për terapi. (John Taylor Gatto et.al., *Edukimi i fëmijëve tuaj në kohët moderne*, Rinia e së Ardhmes, Tiranë, 2008, f. 41.)

<sup>19</sup> <http://moreintelligentlife.com/story/a-practitioners-guide-to-hedonism/16.03.2011>

<sup>20</sup> Astrit Salihu, *Aporitë e modernes: Kritika e rrëfimeve të mëdha*, Rizoma, Prishtinë, 2009, parathënia.

fundit po përjetohet një krizë e këtyre rrëfimeve, e kushtëzuar me zhvillimet shkencore dhe që përfundon me mosbesimin ndaj rrëfimeve të mëdha: me *postmodernen*. Habermasi thotë se modernja tanimë është projekt i shkatërruar ose i likuiduar. Lyotard thotë se pas zhbërjes së metanarracioneve gjendemi në situatën e pamatshmërisë së heterogjenitetit të lojërave të ligjërit që nuk mund të reduktohen në njëra tjetrën.<sup>21</sup>

Një nga tiparet kryesore të postmodernës është dyshimi në gjithçka. Në këtë periudhë, relativiteti është norma.<sup>22</sup> Pasmmodernizmi përbën një pikëpamje që është zhvilluar si përgjigje ndaj krizave të shkaktuara nga modernizmi, një botëkuptim me refleksione të dukshme në botën e mendimit të 20 vjetëve të fundit. Ky nocion polisemik tani së voni shfrytëzohet me të madhe në literaturën e artit dhe të shkencave sociale dhe ndërthhen elementë si lojë, kaos, pjesshmëri, skizofreni, polimorfizëm, shpërbërje, sipërfaqe, kolazh, mungesë identiteti, anarki, intertekst(ualitet)...<sup>23</sup> Disa nga cilësimet tjera për të janë: “mosbesim ndaj metanarracioneve”, “kryengritje kundër monotonisë jetësore të imponuar nga mënyra moderne e jetesës që i shkrin në kazanin e vet të gjitha veçoritë”, “këputje e lidhjeve me fushën estetike të modernizmit”, „bërthamë e paskriticizmit dhe politikë e interpretimit të së sotmes“, “periudhë skizofrenike e shoqërisë së konsumit”. Pasmmodernizmi, i cili zë një vend të çmuar në kritikën për mënyrën e jetesës dhe të mendimit perëndimor, është shndërruar në pikë të rëndësishme të interesimit të intelektualëve perëndimorë dhe gjatë. Ai i gjykon të gjitha vlerat dhe institucionet e shenjtëruara nga periudha moderne, që nga vitet 1970.

Studiuesi i mirënjohur Z. Sardar thotë se postmodernizmi është „logjikë e kapitalizmit të vonshëm“, është pjesë e trajektores lineare që fillon me kolonializmin, vazhdon me modernizmin dhe përfundon me postmodernizmin. Sipas tij, në kohën e postmodernes nuk ekziston një gjë si e Vërteta. Çdo gjë që tenton të na pajisë me të vërtetën është thjesht një truk mashtrues.“ Postmodernizmi sugjeron se nuk ekziston një realitet ultimativ. Në vend të realitetit kemi një oqean të imazheve; një botë ku dallimi ndërmjet imazhit dhe realitetit material është tretur. Postmodernizmi e përshkruan botën si një videolojë, duke bërë zap lëvizjet tona nga këtu aty, duke zhvilluar beteja në *cyber*-hapësirë dhe duke bërë dashuri me bartjet e informacioneve digjitale. Ne notojmë në një det të pafund imazhesh dhe tregimesh, të cilat formojnë perceptimet tona dhe „realitetin“ individual.<sup>24</sup>

Realiteti i kohës së sotme është një realitet i autostradës informatike (*information highway*), i shoqërisë informatike, kur teknologjitë post-industriale janë një prej faktorëve më me ndikim në jetën e njeriut dhe shoqërisë. Shoqëria e filleve të mileniumit të tretë jeton me konceptin postmodern dhe futurologjik të shoqërisë së informacionit, sipas të cilit faktor qenësor i zhvillimit shoqëror është shfrytëzimi i informacioneve shkencore-teknike dhe të tjera, gjithë kjo në kuadër të të ashtuquajturit “sektor i katërt” i ekonomisë. Teoricienët, si: Ulrich Beck, Anthony Giddens dhe Manuel Castells, pohojnë se që nga vitet 1970-të në nivel global është realizuar kalimi nga shoqëria industriale në atë të informacionit. Shoqëria e informacionit në planin teorik është e lidhur ngushtë me prodhimin postindustrial (D. Bell, A. Toffler), kurse protagonist kryesor i kësaj teorie është teoricieni japonez E. Masuda. Sociologu spanjoll i shoqërisë së informacionit

<sup>21</sup> Salihu, f. 341-342.

<sup>22</sup> Ziauddin Sardar, *Përtej dogmës: Islami në kohët postmoderne*, Logos-A, Shkup, 2010, f. 263.

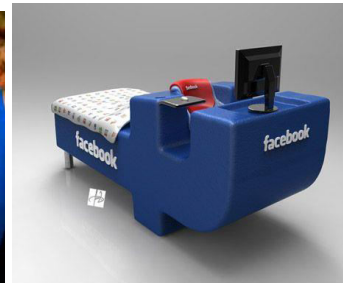
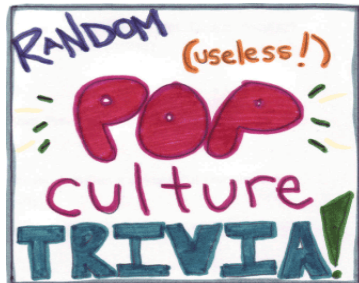
<sup>23</sup> Ridvan Dibra, *Një lojë me emrin postmodernizëm*, Albas, Tiranë, 2007, f. 24-25.

<sup>24</sup> Sardar, f. 234.

Castells lidhur me këtë shoqëri e ka përdorur emërtimin “galaktika e internetit”, e cila e zëvendëson atë të Gutenbergut.

Me këtë galaktikë, „organikisht“ është e lidhur në veçanti popullata rinore. Kultura juvenile ka gjeneruar një shoqëri paralele (*Parallelgesellschaften*), atë të botës rinore që frymon me webin, me rrjetin magjik, *kompjutoptia* (Y. Masuda), një botë surreale në epiqendër të së cilës është kompjuteri. Këtë e vërteton edhe shënimi në të cilin para disa ditësh rastisa duke lundruar në internet. “Sikur të mos ishte interneti, jam i sigurt se gjysma e Maqedonisë të çmendej”.<sup>25</sup>

Faktet flasin se sot një pjesë e mirë e njerëzve, në veçanti e të rinjve janë pre e rrjeteve sociale, në veçanti e Facebook-ut, një nga superfuqitë më të mëdha të webit. Facebook një “shtet” ky virtual që ka kaluar 500 milionë banorë, pjesën dërrmuese të qytetarëve i kë nën moshën 34-vjeçare (72 %). Çdo i katërti njeri që surfon në internet ka Facebook-un e vet. Vitin e kaluar në Maqedoni 742.400 njerëz kanë qenë të lidhur në FB. Thuhet se nëse Microsofti e ka lehtësuar përdorimin e kompjuterëve, Google na ndihmon për të kërkuar të dhëna, YouTube na zbavit, Facebooku ka avantazhin e investimit emocional të përdoruesve të tij, na bën të qeshim, të dridhemi, të shtrëngohemi në fotot tona që i shohim më vonë, të shqetësuar kur askush nuk na përgjigjet në shënimet tona mendjempërhta, të kukuritur kur vërejmë se dikush është trashur pas shkollë së mesme, ndryshojmë statusin tonë në “i martuar” pas kurorëzimit ose “prapë i lirë” pas divorcimit. Faktikisht Facebook ka ndryshuar DNA-në tonë sociale, duke na bërë shumë më të hapur. Siç thotë edhe shpikësi i Facebook-ut (Zuckerberg), misioni i kompanisë është që ta bëjë botën më të hapur dhe më të lidhur.<sup>26</sup> Disa, njerëzit e lidhur pas këtij rrjeti i kanë quajtur edhe *facebookholikë*, pra kategori individësh që e kontrollojnë këtë rrjet kur zgjohen apo sapo të kenë kohë të lirë, sapo të kthehen nga shkolla, pas darke, duke i bërë detyrat, para se të shkojnë të flejnë. Emra të tjerë lidhur me FB janë edhe *facebook addicts* (të droguar nga facebook), *facebookers anonymous*, *facebookacy*: sëmundje e krijuar e shfaqur në Norvegji që nënkupton të qenët i lidhur tepër me “mbretin e internetit”. Një i urtë i kohëve tona ka thënë se interneti është mjet për të harxhuar kohën të cilën s’na e kthen askush. Të tjerë kanë shprehur ankesën e tyre duke shtruar pyetjen “Si facebooku ma vodhi jetën: (How Facebook Stole my Life!) Një studim zviceran (Eidenbenz, 2001) ka konstatuar se të dhënët pas internetit mesatarisht 35 orë në javë i kalojnë në internet jashtë angazhimit profesional. Megjithatë, madje edhe më pak se 35 orë në javë të kaluara në internet mund të shkaktojnë ndikime negative ose të jenë të lidhura me simptome vartësie.<sup>27</sup>



<sup>25</sup> [www.facebook.com/16.03.2011](http://www.facebook.com/16.03.2011)

<sup>26</sup> Dan Fletcher, “How Facebook is Redefining Privacy”, *Time*, 20 maj 2010.

<sup>27</sup> [www.el-hikmeh.net/22.03.2011](http://www.el-hikmeh.net/22.03.2011)



Kompjutoria, bota utopike e kompjuterit, është e lidhur edhe me sektorët e kulturës popullore, ajo promovon pop-imazhe, është e lidhur me procesin e *diznifikimit* (Viesand, 143), me muzikën dhe industrinë e modës, me mitologjinë e të qenët i ri (Rowe, 17). Në numrin e parë të revistës shqiptare që mban titullin *Facebookmania* gjenden pjesëtarët kryesorë të pop-kulturës shqiptare si Blero, Agnesa Vuthaj, Rozi, Hueyda el Saied, Bojken Lako, Kaltrina Selimi, Genta Ismajli etj.

Netmania krijon edhe probleme edukative-arsimore. Shumica e fëmijëve kohën e pushimit dimëror e kalojnë pranë ekranit magjik kompjuterit ose ose TV-së sepse këta dy përbërës të jetës bashkëkohore kanë tërheqshmëri shumë më të madhe nga veglat klasike të kulturëformimit si librat, revistat, gazetat etj. Bota shumëngjyrëshe e ekranit është më lehtë e konsumueshme, është më atraktive në shikim të parë sepse ofron gjithçka të gatshme, sepse është prezente në çdo shtëpi, Të gjithë jemi të mbërthyer nga një botë virtuale që na ushqen me informacione të përthyer, na bombardon me gjëra të nevojshme dhe të panevojshme, na trajton si robër të shoqërisë konsumeriste, kështu që njeriu i sodit, në veçanti i riu nuk është socializuar me librin. Ai në fakt pak e njeh atë, i duket i tepërt dhe bezdisës. Shumë veta kryejnë shkollën pa hapur librin, që është absurd i kohës në të cilën jetojmë. Përderisa në të kaluarën libri ka qenë miku më i afërt i njeriut, shoku i tij i pandashëm, madje edhe në errësirën e llambës së natës, sot atë e vënë vetëm për dekor nëpër raftet ultramoderne, pra është bërë si vazoja, gota, piktura. Që është më interesantja para do kohe pashë në televizion një lloj mobilieje që në vete përfshinte edhe simulimin e librave, pra nga jashtë dukej si bibliotekë, me enciklopedi e libra të trashë, kurse nga brenda zbrazëtirë, pa fletë e letër. Ja ky është realiteti i kohës sonë, kur libri banalizohet, vritet, kur edhe horri i pasur mashtron të tjerët me bibliotekën e tij të rrejshme. Kjo është koha kur PC është kryeshtëpiaku teknologjik që po përjashton leximin, bisedën, odën tradicionale, rrëfenjat, përrallat... Bota adoleshente e kohës sonë librin e ka *out*, ajo merret me iPad, iPhone, me Facebook, me walkman etj. S'ka kohë për librin, të cilin e konsideron si një gjë demode. Kjo është për fat të keq gjendja e brezit të ri të globalizuar dhe të teknologjizuar, të e-shoqërisë, të e-mjerimit do të kisha thënë. Një brez që s'di as termat elementare të komunikimit, që ka një gjuhë të thjeshtë dhe të varfër, një gjuhë plot idiotizma gjuhësorë, plot barbarizma, pa shije e pa takt. *Internetmania* rinore dita ditës po varëson individë të shumtë që kreativitetin e tyre e shprehin duke komunikuar nga largësia me botën, duke shkruar e rishkruar "fjalëza e fjali të gjymta" e shumë pak duke lexuar tekste. Të theksojmë se për fat të keq tek ne interneti nuk përdoret shumë për dijesim, por më tepër për zbavitje e kohëhumbje, kurse në vendet e ngritura më tepër përdoret për kërkime, hulumtime etj.

Disa internetin e kanë përshkruar si më i mirë se qumështi i nënës (Better than mother's milk!), por në fakt, marrë në përgjithësi, ai prodhon *ignoramusë*, të ditur injorantë, ai sa ofron informim aq edhe deformim, kështu që s'mbetet dallim mes Librit të Artë dhe një vepre klasike të vëllimshme. Pra postmodernja në koalicion me rretin magjik dita ditës po e ngushtojnë botën, por tjetërsojnë shumë dimensionet e zhvillimit njerëzor dhe të përditshmërisë sonë.

Ignoramusit në aksion vërehet nga plejada e idealeve të kohës që s'kanë njohuri elementare për gjërat por që nga adoleshentët e kohës merren si persona referencialë, si "ikona shekullare". Një këngëtare e famshme mes tjerash pyetet se ku do zhvillohet Festivali i Filmit të Kanës këtë vit? (Ch. Aguilera), një tjetër (B. Spears) nuk dëshiron të hajë peshkun e Japonisë, vend ky që sipas saj gjendet në Afrikë, ndërsa një basketbollist

me renome (Sh. O'Neal) në pyetjen e gazetarëve nëse e kishte vizituar Panteonin në Acropolis të Athinës përgjigjet “se nuk i kujtohen emrat e klubeve që ka vizituar”.

#### 4. Konkluzion(e)

Për fat të keq një pjesë e mirë e të rinjve të epokës sonë jetojnë në pallate të kartuqit (Bashgil), jetojnë në utopi postmoderne, pa e parë realitetin e jetës në sy. Kultura konsumistike i bën ata hip-hop gjeneratë, screenagerë dhe vartës nga manitë e kohës, i bën ithtarë tëv religjioni postmodern (Lady Gaga: “Pop-kultura është religjioni im!”)<sup>28</sup> Atyre u mungon udhëzimi lidhur me mënyrën e të mësuarit dhe mbështetja shpirtërore, gjë që është shkak kryesor i dëshpërimit, pesimizmit dhe shkatërrimit shpirtëror.<sup>29</sup> Shumë njerëz arrijnë sukses, ngrihen edhe në pozita që s’i meritojnë në shoqëri, por kjo nuk do të thotë se ata janë edhe të lumtur. Kërkimi i lumturisë diku tjetër jashtë nesh (jashtë vetes), në famë, pasuri dhe pushtet është mashtrim optik në shkretëtirën e thatë pa ujë. Studentët si çirakë të jetës ideore duhet të mësojnë artin e të jetuarit. Institucionet arsimore kanë për obligim që të rinjve t’u mbjellin shprehi të mira nëpërmjet të cilave do arrijnë sukses e lumturi dhe t’i ruajnë nga shprehite e shëmtuara. Në këtë drejtim duhet që tek ata të ngjallë *vullnetin etik*, t’i bëjë ata zotërues të fuqisë shpirtërore e cila do t’u mundësojë zgjedhjen dhe realizimin e veprave të mira dhe largimin nga robëria shembujve/modeleve të shëmtuar/a,<sup>30</sup> nga robëria ndaj instinkteve dhe pasioneve shtazarake. Edukata dhe arsimiti jashtë ndjesisë dhe përshpirtshmërisë janë të mangëta dhe s’arrijnë rezultate frytdhënëse. Ç’ë do që shkollat fillore, të mesme dhe universitetet e kohës sonë ndjekin qëllimet ekonomike dhe jo ato intelektuale dhe shpirtërore. Ato i trajnojnë brezat e rinj duke i mësuar se kanë nevojë për njohuri që do t’ua hapte atyre dyert e suksesit, i cili matet me arritjet monetare, kurse në fakt qëllimi kryesor i arsi(mi)mit duhet të jetë edukimi i mendjes, balancimi mes shpirtit ushqyes, atij gjaknxehtë dhe shpirtit të arsyeshem, përsosmëria morale dhe intelektuale. Të përfundojmë: Ignoramusi dhe konsumatori i kulturës sipërfaqësore duhet të largohen nga skena dhe në vend të tij duhet të vijnë ata që dinë pse jetojnë dhe i kanë në duart e veta velat e anijes në oqeanin pasmodern të globaliz(i)mit.

---

<sup>28</sup> [http://www.delo.si/zgodbe/nyt/for-lady-gaga-pop-culture-is-a-religion\\_2.html/21.09.212](http://www.delo.si/zgodbe/nyt/for-lady-gaga-pop-culture-is-a-religion_2.html/21.09.212)

<sup>29</sup> Ali Fuad Bashgil, *Kokë më kokë me të rinjtë*, Logos-A, Shkup, 2009, f. 16-17.

<sup>30</sup> Bashgil, f. 38.

#### 4. Bibliografia

- AVCI, Nabi, *Enformatik Cehalet*, Kitabevi, Stamboll, 1999.
- BASHGIL, Ali Fuad, *Kokë më kokë me të rinjtë*, Logos-A, Shkup, 2009.
- DIBRA, Ridvan, *Një lojë me emrin postmodernizëm*, Albas, Tiranë, 2007.
- EMIROĞLU, Kudret & AYDIN, Suavi, *Antropoloji Sözlüğü*, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003.
- FISK, Džon, *Popularna kultura*, Clio, Beograd, 2001.
- FLETCHER, Dan, "How Facebook is Redefining Privacy", *Time*, 20 maj 2010.
- GATTO, John Taylor et.al., *Edukimi i fëmijëve tuaj në kohët moderne*, Rinia e së Ardhmes, Tiranë, 2008.
- GÜNGÖR, Nazife (ed.), *Popüler Kültür ve İktidar*, Vadi Yayınları, Ankara, 1999.
- HARRIS, James F., *Philosophy at 33 1/3 rpm: Themes of Classic Rock Music*, Open Court Publishing Company, Illinois, 1994.
- McROBBIE, Angela, *Postmodernizm ve Popüler Kültür*, Sarmal Yayınevi, Stamboll, 1999.
- PAJAZITI, Ali, *Fjalor i sociologjisë*, Logos-A, Shkup, 2009.
- ROWE, David, *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası*, Ayrıntı Yayınları, Stamboll, 1996.
- SALIHU, Astrit, *Aporitë e modernes: Kritika e rrëfimeve të mëdha*, Rizoma, Prishtinë, 2009.
- SARDAR, Ziauddin, *Përtej dogmës: Islami në kohët postmoderne*, Logos-A, Shkup, 2010.
- VIESAND, J. Andreas et.al., *Industrii na kulturata: Razvojni aspekti*, FIOOM, Shkup, 2002.
- <http://www.el-hikmeh.net/22.03.2001>
- <http://www.pcworld.al/facebookmania.html/17.03.2011>
- <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Facebookaholic/17.03.2011>
- <http://www.fatmirmuja.com/22.03.2011>
- <http://moreintelligentlife.com/story/a-practitioners-guide-to-hedonism/16.03.2011>
- <http://www.facebook.com/16.03.2011>
- [http://www.msnbc.msn.com/id/18611180/ns/world\\_news-americas/17.03.2011](http://www.msnbc.msn.com/id/18611180/ns/world_news-americas/17.03.2011)
- <http://www.teksteshqip.com/tekste.php?aid=2443&id=1869754/29.03.2011>
- [http://www.delo.si/zgodbe/nyt/for-lady-gaga-pop-culture-is-a-religion\\_2.html/21.09.2012](http://www.delo.si/zgodbe/nyt/for-lady-gaga-pop-culture-is-a-religion_2.html/21.09.2012)