

# MEDIAT SOCIALE NË SHKOLLË

Sandro Asatiani





# MEDIAT SOCIALE NË SHKOLLË

2011

Publikimi i këtij libri u mundësua falë përpjekjes së përbashkët të organizatës amerikane “PH International” – Gjeorgji, shtëpisë botuese “Sandro’s Books” dhe “Transition Online”. Vështrimet e shfaqura këtu i takojnë autorit dhe nuk i pasqyrojnë qëndrimet e “PH International” dhe “Transition Online”. Informatat për këto organizata mund të gjenden në faqe 7.

Deklarata e mosmarrjes së përgjegjësisë:

Informatat që përmbahen në këtë publikim nuk i pasqyrojnë qëndrimet e Departamentit Amerikan të Shtetit - Byrosë për Çështje Ndërkombëtare të Drogës dhe Zbatimit të Ligjit. Përgjegjësinë e informatave të publikuara e bartin vetëm autorët e publikimit.

Autor: Sandro Asatiani  
Redaktor: Tamar Kalkhitashvili  
Disenjoi: Sandro Asatiani  
Konsulentë: Berdia Natsvlishvili, Elza Ketsbaia

Ky libër shpërndahet falas.

©Publishing House Sandro’s Books, 2011, All rights reserved  
ISBN 978-608-4716-07-5

[info@sandroasatiani.com](mailto:info@sandroasatiani.com)

# SHËNIM I AUTORIT

Interneti është mjedis i natyrshëm i gjeneratës së re. Sot, fëmijët nuk mësojnë si duhet ta përdorin kompjuterin, por e përdorin atë për të mësuar. Përmes sistemit të kërkimit, tani mund të gjenden përgjigjet e të gjitha pyetjeve që mund të parashtrohen. Në të ardhmen, kompjuterët do të kenë rol edhe më të madh në jetën e njerëzve.

Në korrik 2010, Programi i “PH International” për Edukim Juridik në Gjeorgji e filloi implementimin e komponentit të ri, të quajtur “Mediat sociale në shkollë”, me synim të parandalimit të krimit mes të miturve dhe nxënësve të moshës më të rritur, me ndihmën e mediave sociale.

Ideja për hartimin e këtij libri lindi gjatë punës me nxënësit e moshës më të rritur. Ky libër bazohet në artikujt që i kam publikuar herë pas here në gazetën “Prime Time”, si dhe në bllog-faqen time.

Libri do të jetë i dobishëm për nxënësit e moshës më të rritur dhe studentët universitarë, si dhe lexuesit e interesuar për mediat sociale, të cilët mendojnë në drejtim të krijimit të burimeve të tyre në internet.



A. Asatiani

# HYRJE

Janari i vitit 2011 mund të konsiderohet si një prej datave më të rëndësishme, në aspekt të popullarizimit të mediave sociale në Gjeorgji. Kjo ishte periudha e publikimit të këtij libri.

Gjithçka filloi në vitin 2010, kur organizata joqeveritare amerikane “PH International”, e cila funksionon në kuadër të Programit Gjeorgjian për Edukim Juridik, me financim të Departamentit Amerikan të Shtetit - Byroja për Çështjet Ndërkombëtare të Drogës dhe Zbatimit të Ligjit, filloi me zbatimin e komponentit të ri të Programit “Mediat sociale në shkollë”. Qëllimi i Programit Gjeorgjian për Edukim Juridik është parandalimi i krimit të të miturve, përmes rritjes së vetëdijes së tyre për drejtësinë për të miturit, si dhe rritjes së besimit të ndërsjellë mes nxënësve, mësimeve dhe zbatuesve të ligjit. Duke i marrë parasysh qëllimet e Projektit, në vitin 2010 është vendosur se mediat sociale dhe në veçanti interneti, janë mjete më të mira për diskutimin publik me të miturit për çështje të ndryshme, përmes mënyrës inovative të internetit dhe instrumenteve të mediave – të panjohura më parë.

Në vitin 2010, në kuadër të Programit Gjeorgjian për Edukim Juridik, gjegjësisht komponentit “Mediat sociale në shkollë”, 100 të mitur nga Tbilisi, Rustavi, Kutaisi dhe Batumi mësonin mbi shfrytëzimin e mediave sociale, duke mësuar që përmes internetit dhe kompjuterit mund të arrihen shumë ndryshime të dobishme shoqërore. Ideja për përgatitjen e këtij libri ka lindur pikërisht gjatë punës me nxënësit e moshës më të rritur, të përfshirë në komponentin “Mediat sociale në shkollë”.

“Transitions Online” orientohet drejt zhvillimit të mediave të reja në Gjeorgji. Në të kaluarën, ka realizuar shumë trajnime dhe punëtori, ka hartuar dhe publikuar doracakë të vegjël për mediat sociale, që u dedikohen gazetarëve dhe të gjithë të tjerëve. Kjo organizatë synon realizimin e aktiviteteve arsimore dhe krijimin e traditës së shfrytëzimit të mediave sociale në aktivitetet profesionale. Për këtë arsye, “Transitions Online” ka vendosur ta financojë këtë ide. Ky libër do t’u ndihmojë nxënësve të shkollave dhe të tjerëve t’i zhvillojnë aftësitë e nevojshme për pjesëmarrje në debate, të bëhen qytetarë aktivë dhe të japin ndihmë përmes prodhimit dhe popullarizimit të ideve të dobishme për shoqërinë.

Shpresojmë që përmbajtja, struktura, pjesët praktike dhe teorike do të zgjojnë interesim tek lexuesit e këtij libri.

**Berdia Natsvlashvili**

*Drejtore i “PH International” Gjeorgji*

**Elza Ketsbaia**

*Menaxhere e Projektit në “Transitions Online” – Zyra në Gjeorgji*

# PËRMBAJTJA

## PJESA E PARË

### Parimet kryesore për funksionimin e Internetit..... 9

#### Kapitulli I Si u krijua Interneti

Historia e Internetit, faktet dhe datat ..... 11

#### Kapitulli II Rilindja e Internetit

Si u shfaq termi Web 2.0 dhe çka do të thotë ..... 17

#### Kapitulli III Si e ndryshoi Interneti botën

Si ndikoi Interneti mbi njerëzit ..... 21

**Punë praktike:** Krijimi i ueb-faqes së thjeshtë ..... 25

## PJESA E DYTË

### Shembujt e shfrytëzimit të mediave sociale..... 27

#### Kapitulli IV Mediat tradicionale dhe sociale

Si zëvendësohen mediat tradicionale me mediat sociale..... 29

#### Kapitulli V Mediat sociale – instrument për ndryshime reale

Shembuj dhe fakte ..... 32

#### Kapitulli VI Mediat sociale dhe rreziqet e tyre

Çfarë dëme mund të shkaktojnë mediat sociale..... 36

**Punë praktike:** Regjistrimi në rrjetin social Facebook.....39

## PJESA E TRETË

### Bllog-faqet dhe bllog-autorët ..... 41

#### Kapitulli VII Bllog-faqja e parë

Rrëfimi për zhvillimin e bllog-faqes së parë dhe mbarë botës së bllogut ..... 43

#### Kapitulli VIII Bota e bllogut

Analiza krahasuese e platformave të ndryshme ..... 47

#### Kapitulli IX Shfrytëzimi efektiv i bllog-faqeve

Shembuj ndërkombëtarë nga bota reale ..... 51

**Punë praktike:** Regjistrimi i bllog-faqes në Wordpress ..... 56

## PJESA E KATËRT

### Rrjetet sociale – e kaluara, e tashmja dhe e ardhmja ..... 59

#### Kapitulli X Gjashtë shkallët e ndarjes

Faktorët për popullarizimin e rrjeteve sociale..... 61

#### Kapitulli XI Nga historia e rrjeteve sociale

Paralelet me historinë e botës ..... 65

#### Kapitulli XII Facebook

Rrëfimi mbi themelimin, fakte interesante, Z. Zuckerberg – Miliarderi më i ri në botë ..... 70

**Kapitulli XIII** Fuqia e njerëzve

Ushahidi, BarCamp dhe projekte të tjera të orientuara drejt “Crowd-sourcing” ..... 74

**Практична работа:** Menaxhimi i informatave personale në Facebook..... 78

**PJESA E PESTË**

**Internet televizioni**

**Kapitulli XIV** Si janë shfaqur video-incizimet në Internet  
Nga posta elektronike (e-mail) deri te video-incizimi i parë ..... 83

**Kapitulli XV** Internet televizioni  
Llojet e ndryshme të Internet televizionit..... 88

**Punë praktike:** Krijimi i kanalit tuaj në YouTube ..... 92





“PH International” është organizatë joqeveritare amerikane, me përvojë 25-vjeçare në bashkëpunimin mes shoqërive të ndryshme, strukturave qeveritare dhe kompanive private. “PH International” ndihmon në shkëmbimin e vlerave kulturore mes shteteve të ndryshme, edukimin mes moshatarëve dhe krijimin e shoqërive të fuqishme. Programet e implementuara nga “PH International” orientohen drejt krijimit të qeverisë pjesëmarrëse dhe shoqërisë aktive civile, zhvillimit profesional dhe ekonomik, si dhe implementimit të aftësive inovative të shekullit XXI. Gjatë viteve të fundit, këto programe janë njohur disa herë në nivel botëror për implementimin e suksesshëm të projekteve për informimin e të rinjve dhe projekteve teknologjike në territorin e Kaukazit dhe Euro-Azisë. Për më tepër informata mbi organizatën, vizitoni [www.ph-int.org](http://www.ph-int.org)



Shtëpia botuese “Sandro’s Books” është organizatë e themeluar para ca kohësh, por që tashmë ka publikuar dymbëdhjetë libra. Shtëpia botuese përbëhet nga një ekip i specialistëve të rinj, që kanë përvojë të gjatë jashtë vendit. Prioriteti i kësaj shtëpie është literatura për fëmijë dhe ajo arsimore. Doracaku për mediat sociale është eksperiment i guximshëm, meqë ky është botimi i parë në këtë fushë në gjuhën gjeorgjiane. Shpresojmë që materiali i botuar do të jetë interesant dhe i dobishëm për lexuesit e interesuar në mediat sociale. Për më tepër informata mbi shtëpinë botuese, vizitoni [www.sandroasatiani.com](http://www.sandroasatiani.com)

“Transitions Online” është organizatë jotifimprurëse, e përqendruar tek zhvillimi i mediave ndërkombëtare. Organizata është themeluar në Pragë në vitin 1999, me synim të promovimit të profesionalizmit dhe pa-



varësisë së mediave në 29 shtete post-sovjetike, përfshirë edhe vendet e Evropës qendrore dhe lindore, Ballkanin dhe ish-Bashkimin Sovjetik. “Transitions Online” funksionon në Gjeorgji për tre vite, duke e ndihmuar zhvillimin e mediave të reja/sociale.



## Parimet kryesore për funksionimin e Internetit

### **Kapitulli I Si u krijua Interneti**

Historia e Internetit, faktet dhe datat

### **Kapitulli II Rilindja e Internetit**

Si u shfaq termi Web 2.0 dhe çka do të thotë

### **Kapitulli III Si e ndryshoi Interneti botën**

Si ndikoi Interneti mbi njerëzit

### **Punë praktike:**

Krijimi i ueb-faqes së thjeshtë



## SI I KRIJUA INTERNETI

Shpeshherë, në jetën tonë të përditshme dëgjojmë faza të cilat i injorojmë. Disa prej tyre janë vërtetë pa kuptim, por të tjerat mund të jenë mjaft informative dhe interesante.

Për shembull, fraza “Interneti sot ka depërtuar në të gjitha fushat e jetës së njeriut” duket si diçka e njohur dhe që duhet të hidhet poshtë. Kështu do të kisha vepruar edhe unë. Por, kur e dëgjova këtë frazë në radio, ajo ishte e shoqëruar me një interpretim shumë interesant. Spikeri po e prezantonte këtë rrëfim:

*- E kam kuptuar që Interneti ka ngërthyer gjithçka, në atë moment kur dëgjova një bisedë mes dy amvisave. Njëra prej tyre po i ankohej tjetrës se nuk mund të gjejë një artikull për përdorim të përditshëm, duke e pyetur mikeshën e saj nëse ajo e di se ku mund të gjendet artikulli. Bashkëbiseduesja ia rekomandoi Internetin, si vend ku mund të porositet artikulli i nevojshëm. Tani, mendoja, nëse amviset i blejnë artikujt e përditshëm në Internet, kjo vërtetë do të thotë që Interneti ka depërtuar gjithkund.*

- Edhe këtë radio-program, unë e dëgjova në internet!

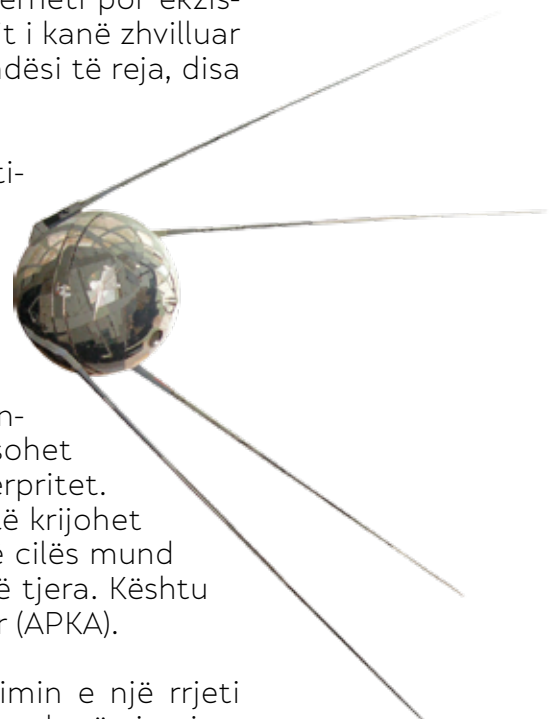
### FRIKA E USHTARAKËVE AMERIKANË

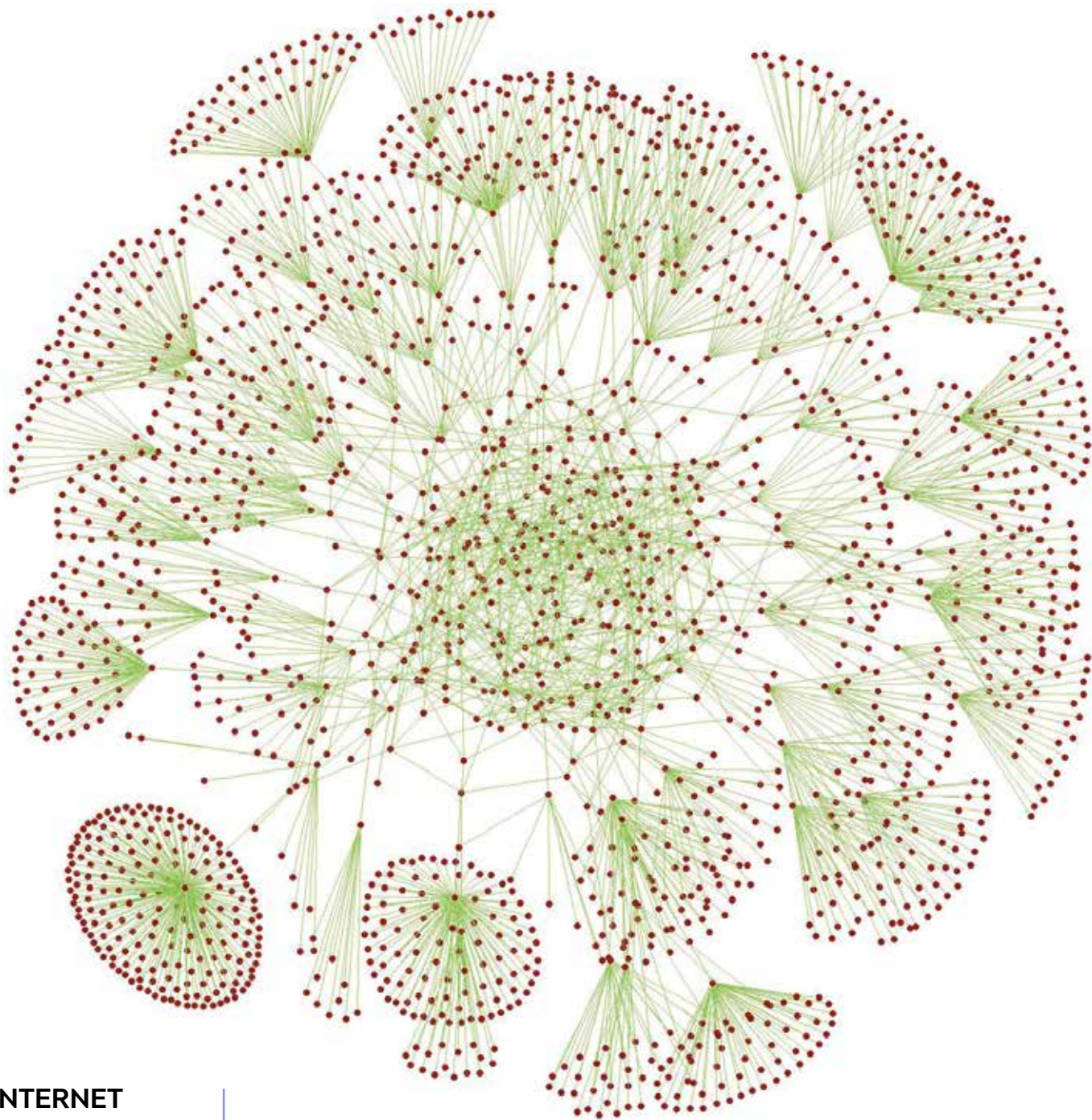
Nuk ekziston ndonjë datë e saktë se kur është krijuar Interneti por ekzistojnë ngjarje të ndryshme që trajtohen si pikënisje. Njerëzit i kanë zhvilluar teknologjitë, ndërsa teknologjitë e reja ju kanë ofruar mundësi të reja, disa prej të cilave kanë qenë të papritura.

Në vitin 1957, kur Bashkimi Sovjetik e ka krijuar satelitin artificial rreth Tokës dhe e ka vendosur atë në orbitë, Departamenti Amerikan i Mbrojtjes ka konstatuar që teknologjitë në BRSS janë të zhvilluara në masë të lartë dhe në rast të një lufte të gjerë, amerikanët do të kenë nevojë për një sistem të besueshëm për përcjelljen e informatave. Një prej të metave të këtij sistemi ka qenë qendra e kontrollit, gjegjësisht vendi i cili, në rast të ndërprerjes, do të shkaktonte shkyçje të mbarë sistemit. Për shembull, nëse paaftësohet dhoma qendrore e televizionit, tërë TV stacioni do të ndërpritet. E njëjta vlen edhe për radiot. Së këndejmi, është dashur të krijohet një rrjet pa një qendër të vetme kontrolli, segmentet e së cilës mund të shkyçen pa shkaktoar ndërprerje të punës së pjesëve të tjera. Kështu është krijuar Agjencia e Projekteve të Kërkimit të Avancuar (APKA).

Më në fund, në vitin 1969 është marrë vendimi për krijimin e një rrjeti kompjuterik. Rrjeti i ri kompjuterik, ARPANET ka bashkuar katër institucione kërkimore amerikane dhe është financuar nga ushtarakët amerikanë. Serverët e lidhur në rrjet kanë dalluar shumë nga kompjuterët bashkëkohorë. Për shembull, kompjuteri Honeywell DP-516 nuk ka pasur monitor dhe informatat janë shtypur përmes shtypësve specialë.

**Interneti është rrjet i madh në të cilin lidhen kompjuterët, duke i kombinuar rrjetet e ndryshme të vogla, si për shembull rrjetet private, publike, akademike, afariste dhe qeveritare. Interneti nuk i takon një pronari dhe standardet teknike të teknologjisë së Internetit janë të arritshme për çdonjërin.**





## INTERNET HARTA:

Skema e tregon  
mënyrën në  
të cilën lidhen  
serverët e  
internetit së  
bashku.

### LIDHJA E PARË NË INTERNET

Më 29.10.1969 është krijuar lidhja e parë mes dy objekteve të lidhura në ARPANET. Distanca mes dy objekteve ka qenë 640 kilometra – njëri prej tyre ka qenë i vendosur në Universitetin e Kalifornisë në Los Anxhelos (UCLA), kurse tjetri në Institutin Hulumtues Stanford (SRI). Charles Kline ka tentuar t’ia dërgojë të dhënat kompjuterit në Institutin Hulumtues Stanford, ndërkohë që Bill Duvall në SRI e ka vëzhguar procesin e transmetimit të të dhënave. Ai e ka informuar kolegun e tij përmes telefonit për rezultatet e këtij eksperimenti historik. Gjatë sesionit të parë, ata kanë transmetuar vetëm tre simbole (LOG), para se të ndërpritet funksionimi i rrjetit. Fjala që është dashur të transmetohet ka qenë LOGON (urdhri për futje në sistem). Sistemi është kthyer në funksion vetëm pas 90 minutave dhe testi i radhës ka qenë i suksesshëm. Andaj, kjo datë mund të llogaritet si ditëlindja e Internetit.



## KOMPJUTERI Honeywell

Me kalimin e kohës, është rritur numri i institucioneve arsimore dhe hulumtuese amerikane që i janë bashkëngjitur ARPANET-it. Në vitin 1973, organizatat joamerikane (britanike dhe norvegjeze) i janë bashkëngjitur rrjetit përmes kabllot transatlantike dhe kështu rrjeti ka fituar veçori ndërkombëtare. Në vitet e shtatëdhjeta, rrjeti është përdorur kryesisht për dërgimin dhe pranimin e e-letrave (e-mail). Pastaj është shfaqur edhe sistemi i postës elektronike, listave, grupeve të lajmeve dhe sistemi i tablosë informative (BBS).

Megjithatë, rrjeti në këtë periudhë nuk ka pasur mundësi komunikimi me rrjetet e tjera që janë bazuar mbi parime të ndryshme. Në vitin 1982-1983 është promovuar standardi i uniformuar, i quajtur TCP/IP. Ky standard përdoret edhe tani për unifikimin e rrjeteve të ndryshme. Sipas protokollit TCP/IP, secila makinë (kompjuter) e lidhur në internet ka numër ose IP adresë. Komunikimi mes tyre rregullohet në mënyrë që të gjithë kompjuterët e lidhur në Internet kanë numër të veçantë.

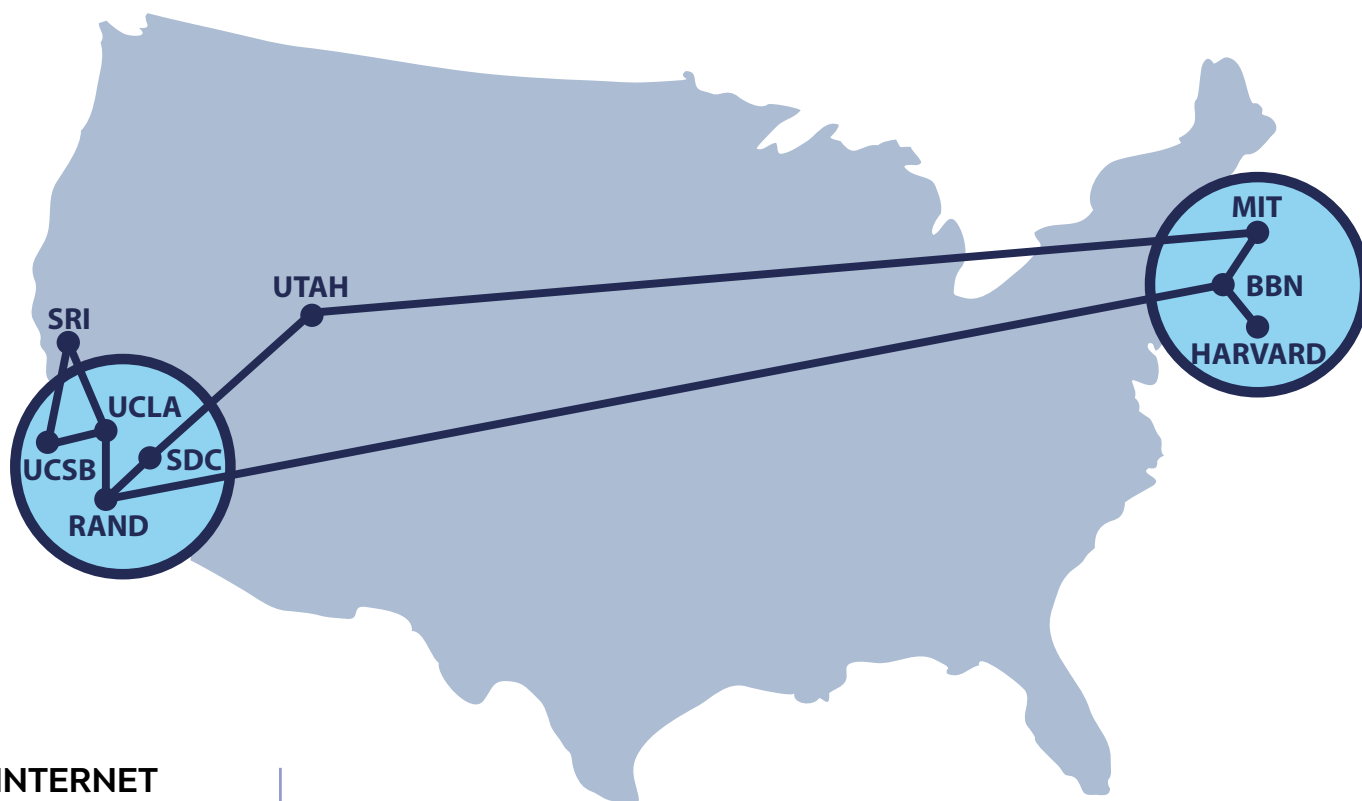
Rrjeti i unifikuar është pagëzuar "Internet" në vitin 1983. Pjesa kryesore e këtij rrjeti ka qenë ARPANET, andaj mund të thuhet se ARPANET është shndërruar në Internet.

Në vitin 1989 lindi koncepti i Rrjetit Mbarë-Botëror (World Wide Web, WWW) në Këshillin Evropian për Hulumtim Nuklear (European Council for Nuclear Research, CERN), me sugjerim të shkencëtarit britanik Sir Timothy John "Tim" Berners-Lee. Në shikim të parë, është dukur si diçka e thjeshtë dhe e natyrshme. Në vend të dërgimit të informatave tek njëri-tjetri, shfrytëzuesit e Internetit tani kanë mundur të krijojnë ueb-faqe, ku i vendosin informatat

Në fillimin e shekullit të kompjuterëve (në atë kohë janë quajtur makina llogaritëse), ata kanë qenë shumë të mëdhenj, pa monitor dhe tastierë.



(Leonard Kleinrock) - Honeywell



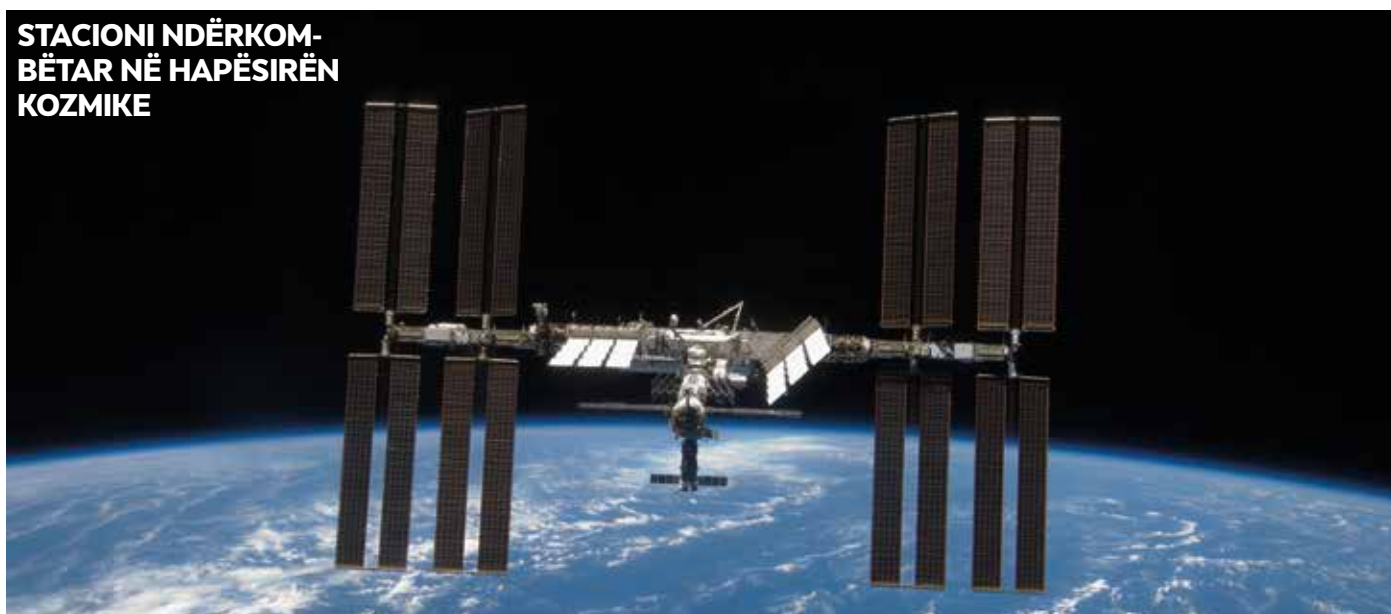
## INTERNET HARTA:

Skema e tregon  
mënyrën në  
të cilën lidhen  
serverët e  
internetit së  
bashku.

Dhjetor 1970

në Internet. Këto ueb-faqe janë lidhur me lidhje, me qëllim që shfrytëzuesit e Internetit, të cilët interesohen për ndonjë informatë konkrete, të lëvizin prej një lidhje në lidhje tjetër, duke i marrë informatat plotësuese për çështjen me interes.

## STACIONI NDËRKOM- BËTAR NË HAPËSIRËN KOZMIKE





## GJITHKUND INTERNET

Në vitin 1990 është hapur mundësia për qasje në Internet përmes kërkimit të numrit të telefonit (qasja me Dialup). Tani, lidhja në Internet është lehtësuar dhe secili ka fituar qasje, duke e rritur kështu numrin e njerëzve me mundësi të lidhjes në Internet.

Mënyrat e sotme për lidhje në Internet dallojnë shumë: komunikimi përmes satelitit, telefoni, komunikimi celular, kabllot speciale optike, etj. Rrjeti është shndërruar në një pjesë të pandashme të jetës bashkëkohore.

Gjatë pesë viteve të para, audienca e Internetit është rritur në rreth 50 milionë shfrytëzues. Për mjetet e tjera të komunikimit është nevojitur shumë më tepër kohë për ta arritur këtë rezultat. Për shembull, radios i janë nevojitur 38 vjet, ndërsa televizorit 13 vjet për ta arritur atë që Interneti e ka arritur për vetëm pesë vjet.

Në janar të vitit 2010 është mundësuar lidhja e Internetit edhe në stacionin ndërkombëtar në hapësirën kozmike. Në pyetjen se çka ka bërë me Internetin gjatë lidhjes së parë në hapësirën kozmike, një astronaut ka thënë se përmes Internetit ka porositur një pizza, si dhuratë për bashkëshorten e tij.

### Përmbledhje:

**Në Kapitullin I prezantohet historia e shkurtër e krijimit të Internetit dhe përshkruhen faktorët që e kanë shkaktuar nevojën e krijimit të rrjetit të unifikuar. Këta faktorë i përfshijnë edhe këto që janë theksuar më poshtë:**

- a. Në vitin 1957, shkencëtarët sovjetikë e kanë krijuar satelitin e parë artificial rreth Tokës.
- b. Në vitin 1958, është themeluar ARPA-DAPRA (Agjencia e Projekteve të Kërkimit të Avancuar) në Shtetet e Bashkuara të Amerikës.
- c. Në vitin 1969 është krijuar APRANET (Rrjeti i Agjencisë së Projekteve të Kërkimit të Avancuar), duke lidhur katër institute kërkimore amerikane, me financim të ushtarakëve amerikanë.
- d. Komunikimi i parë në Internet mes dy objekteve të lidhura në APRANET është vendosur në vitin 1969.
- e. Në vitin 1973, organizatat evropiane nga Britania e Madhe dhe Norvegjia i janë bashkëngjitur rrjetit përmes kabllot transatlantike.
- f. Në vitin 1983, rrjeti i unifikuar është pagëzuar “Internet”. Pjesa kryesore e këtij rrjeti ka qenë ARPANET, andaj mund të thuhet që ARPANET është shndërruar në Internet.
- g. Në vitin 1989, shkencëtari britanik Sir Timothy John “Tim” Berners-Lee e ka prezantuar konceptin e Rrjetit Mbarë-Botëror (World Wide Web, WWW) në Këshillin Evropian për Hulumtim Nuklear (European Council for Nuclear Research, CERN).
- h. Në vitin 1990, secili parapagues i telefonit ka fituar qasje në Internet përmes linjës telefonike.
- i. Në janar të vitit 2010 është mundësuar shfrytëzimi i Internetit edhe në stacionin ndërkombëtar në hapësirën kozmike.

## Kapitulli I. Si u krijua Interneti

**Artikujt mbi internetin:**

[ka.wikipedia.org/wiki/The Internet](http://ka.wikipedia.org/wiki/The_Internet)

**Shfrytëzimi i Internetit në Gjeorgji:**

[www.internetworldstats.com/asia/ge.htm](http://www.internetworldstats.com/asia/ge.htm)

**Agjencia e Projekteve të Kërkimit të Avancuar: (Defense Advanced Research Projects Agency):**

[www.darpa.mil/history.html](http://www.darpa.mil/history.html)

**Historia e Internetit:**

[www.livinginternet.com/i/ii.htm](http://www.livinginternet.com/i/ii.htm)

**Detyrë:**

Imagjinoni se keni një bllog-faqe ose se duhet të bëni një regjistrim. Nga materiali i analizuar deri tani, zgjidhni faktet më interesante. Kjo mund të jetë interesante edhe për lexuesit e bllogut. Shfrytëzoni lidhjet e prezantuara në fund të kapitullit për të marrë informata plotësuese.

Shkruani një artikull për krijimin e Internetit. Shkrimi duhet të jetë i shkurtër, meqë shumica e njerëzve nuk janë të

rehatshëm me leximin në monitor edhe askush nuk i lexon tekstet e gjata deri në fund. Shkrimi i juaj duhet të ketë rreth 500 fjalë. Gjeni fotografinë përkatëse në Internet. Imazhi vizual do t'i ndihmojë lexuesit e bllogut në kuptimin e informatës së ofruar.



## INTERNETI DHE RRJETI UEB

Shpeshherë ndodh që në bisedat e përditshme, njerëzit gabimisht e ngatërrojnë Internetin me Rrjetit Mbarë-Botëror (World Wide Web, WWW).

**Interneti është** sistem i komunikimit global, me infrastrukturë teknike dhe softuer. Infrastruktura e mundëson komunikimin mes kompjuterëve, që do të thotë se Interneti është rrjet që e garanton funksionimin e Rrjetit UEB (WWW).

**Rrjeti UEB është** kombinim i burimeve dhe ueb-faqeve të lidhura së bashku. Ai funksionon përmes shfrytëzimit të resurseve të Internetit.

## RILINDJA E INTERNETIT

Kur u shpik vetura e parë motorike, u quajt si karrocë vetë-shtytëse ose karrocë pa kuaj. Meqë nuk ka ekzistuar asgjë e përafërt me veturën më parë, njerëzit e kanë përshkruar atë sipas analogjisë më të afërt. Atëbotë, forma e mekanizmit të ri të pazakonshëm i ka ngjarë karrocës. Diçka e ngjashme ka ndodhur edhe me median e re, në kohën e krijimit të Internetit, kur është përdorur në bazë të analogjisë më të afërt, gjegjësisht mediave tradicionale. Interneti është bërë i famshëm shumë shpejtë dhe kjo është regjistruar edhe nga afaristët. Për vetëm disa vjet, Interneti shënoi ngritje të menjëhershme në bursë. Çmimet e aksioneve rriteshin çdoherë e më shumë. Ekspertët jepnin parashikime gjithnjë e më optimiste. Afaristët investuan më shumë mjete në teknologjitë e Internetit, pa asnjë hezitim.

### FLLUSKA E SAPUNIT

Henry Blodget, ish-analiste në Wall Street, shprehet: “Në atë periudhë, shumë analistë financiarë mendonin që shumë kompani të porsakrijuara nuk do të mbijetojnë dhe se askush nuk e di sa do të mbijetojnë ato, por që nëse nuk veprohet në kohë, ne do të ndëshkohemi për përtacinë dhe mendje-shkurtësinë tonë, madje mund t’i humbasim edhe pozitat tona të punës”. Investuesit preferonin t’i investojnë të hollat në sa më tepër kompani, duke shpresuar që të paktën disa prej tyre do të mbijetojnë dhe në fund, ato do t’u sjellin fitim. Vetë Henry Blodget kishte qasje pozitive ndaj kompanive që nuk kishin perspektivë. Ai ishte analist financiar dhe jetonte nga kjo punë dhe sot privohet nga e drejta e punës si analist financiar për shkak të aktiviteteve të padenja. Në fund, rritja e menjëhershme e teknologjive të larta u shndërrua në një “flluskë sapuni të spekulimeve”, meqë një numër i madh i internet-kompanive, ku ishin investuar shuma të larta, nuk rezultuan me asnjë profit. Investuesit e kërkonin dividendën e tyre, kjo gjendje nuk mund të zgjaste gjatë dhe në vitin 2001, “flluska e sapunit të spekulimeve” eksplodoi. Pothuajse të gjithë investuesit e kuptuan në momentin e njëjtë se nuk mund të nxjerrin profit nga Interneti dhe i kërkonin të hollat e tyre. Bursa u mbërthye nga paniku dhe të gjithë i shisnin aksionet e teknologjisë së lartë. Kapitalizimi i shumë kompanive u zhduk në masë të dukshme dhe shumë internet-kompani falimentuan. Paniku ishte aq i madh, saqë disa analistë menduan se kriza financiare do ta rrënojë tërësisht Internetin. Por, siç mund ta shohim, kjo nuk ndodhi. Në fakt, ndodhi e kundërta – Internet kompanitë që nuk i vijuan spekulimet e bursës dhe të cilat u ofruan klientëve shërbime reale, vazhduan të funksionojnë deri më sot. Në këtë grup bëjnë pjesë edhe kompanitë si eBay dhe amazon.com.

### Web 2.0

Flluska e Internet-kompanive kishte përfunduar para vitit 2004, kur u organizua takimi i nëpunësve të dy kompanive (“O’Reilly Media” dhe “MediaLive International”). Dale Dougherty, Nënkretar i “O’Reilly Me-





**10 KOMPANITË MË  
TË MËDHA  
QË BANKROTUAN  
SI REZULTAT  
I SHPËRTHIMIT TË  
FLLUSKËS SË SA-  
PUNIT**



dia” dhe njëri prej ueb-pionierëve, rikujtohet: “Atëbotë, mendoja që Interneti është larg dështimit – ai po bëhej çdoherë e më i rëndësishëm. Çdo ditë kishte ueb-faqe dhe shërbime të reja. Kompanitë që ia dolën të mbijetojnë, kishin diçka të përbashkët mes vete. Ndoshta ishte koha të flitej për një internet plotësisht të ri, që do të quhej me një emër tjetër, ndoshta si Web 2.0. Pjesëmarrësit e takimit u pajtuan me mua”. Vitin e ardhshëm, Dale Dougherty publikoi një artikull ku i theksonte parimet themelore të Internetit të ri, Web 2.0. Që nga kjo ditë, nocioni Web 2.0 i vendosi themelet e veta dhe së shpejti fitoi në popullaritet.

Nëse e shënoni sot “Web 2.0” në sistemin e kërkimit Google, do të shfaqen mijëra ueb-faqe. Sot mund të dëgjoni se ka filluar Web 3.0 ose Web 4.0, madje edhe se parimet e Web 5.0 janë duke mbizotëruar. Secili prej nocioneve të cekura ka domethënie, ndonëse ekspertët që tentojnë të krijojnë nocione të reja, sipas shembullit të Dale Dougherty, nuk janë aq të suksesshëm si ai.

### **PRA, ÇKA ËSHTË WEB 2.0?**



Nuk ka dyshim se nocioni “Web 2.0” është i popullarizuar. Ndoshta edhe ju keni dëgjuar për këtë. Por, çka do të thotë ky nocion? Cilat janë ndryshimet që kanë ndodhur në Internet? Për t’iu përgjigjur kësaj pyetje, do të jap disa shembuj: kompania “DoubleClick” është themeluar në vitin 1997 dhe pas një kohe të shkurtër, posedonte një pjesë të konsiderueshme të tregut për reklamim on-line. Parimi i punës ishte i ngjashëm me atë të mediave tradicionale.

Nëse në fillim Interneti ishte një vend për shkencëtarë, më pas u bashkëngjitën edhe dizajnerët dhe programuesit, të cilët filluan ta rregullojnë dhe zbukurojnë atë. Sot, në periudhën e 2.0, Interneti është i hapur për të gjithë. Falë shërbimeve të panumërta, tani çdonjëri mund të krijojë çka të dojë në Internet.

Ueb-faqet e krijuara në bazë të parimeve Web 2.0 dallojnë plotësisht nga mediat tradicionale, meqë u lejojnë shfrytëzu-

esve vetë t'i krijojnë agjendat e tyre. Në rastin e Internet-televizionit, shfrytëzuesit e krijojnë “përmbajtjen”. Video-shërbimi i njohur YouTube është vetëm njëra prej platformave të lehta për përdorim. Kjo vlen për të gjitha rrjetet sociale. Për shembull, pasuria e vërtetë e Facebook-ut janë shfrytëzuesit, të cilët e bëjnë shërbimin interesant për miqtë e tyre. Nëse një ditë të gjithë shfrytëzuesit e Facebook-ut e ndërpresin publikimin e informatave, Facebook-u nuk do të jetë po aq joshës dhe do të shndërrohet në një ueb-faqe të padobishme. E njëjta vlen edhe për shërbimet tjera që funksionojnë në bazë të parimeve Web 2.0 (Wikipedia, YouTube, Flickr, Blogger, Wordpress, etj).

Në kohën e rrjeteve sociale, çdo person e gjen veten në qendër të botës së Internetit. Shfrytëzuesit vendosin vetëm se çka dhe kur të shohin, lexojnë ose dëgjojnë. Për më tepër, ata i krijojnë vetë materialet që mund të jenë interesante për të tjerët.

## WEB 2.0 DHE REKLAMIMI

Agjencitë reklamuese paraprakisht blejnë hapësirë në televizion, radio dhe shtyp, duke ua ofruar klientëve përmes pakove të vogla. Kjo është puna që e bën DoubleClick. Përfaqësuesit e kompanisë e blejnë hapësirën reklamuese në ueb-faqet më të popullarizuara (në bazë të anketave), duke ua afruar atë më pas klientëve. Në artikullin e tij të quajtur “DoubleClick”, Dale Dougherty e krahasoi këtë kompani në bazë të parimeve të Web 1.0 me shërbimin “AdSense” të të mirënjohurit Google. Ky shërbim është burimi kryesor i të ardhurave të kompanisë, përmes shitjes së hapësirës reklamuese në Internet. Megjithatë, ai është shumë i lehtë për përdorim. Ju duhet të regjistroheni në faqen përkatëse, ta paguani taksën dhe të zgjidhni se kur dëshironi të shfaqet reklama e juaj. Ndoshta nuk e keni vërejtur që së bashku me rezultatet e kërkimit tuaj, Google ju ofron edhe mundësinë e reklamimit. Reklamat vendosen në anën e djathtë nga rezultati i kërkuar, në sfond të verdhë. Ky shërbim i Google ka një përparësi të dukshme në krahasim me DoubleClick, meqë i ofrohet secilit në çdo cep të botës. Nuk nevojitet nënshkrimi i kontratës. Gjëja e vetme që duhet ta bëni është të futeni në ueb-faqe, të regjistroheni, ta paguani taksën e regjistrimit dhe ta zgjidhni modelin tuaj të reklamimit. Ankandi në Internet, eBay bazohet në parimet e njëjta të Web 2.0. Edhe këto çdonjëri mund t'i blejë dhe shesë. Sot eBay është një prej kompanive më të pasura në botë, ndërkohë që artikulli i parë i shitur në këtë ankand ka qenë një shpatë lazerike, si ato të filmit “Star Wars”. Andaj, parimet e Web 2.0 i parashohin shërbimet ku klientit i ofrohet platforma, të cilën e shfrytëzojnë sipas nevojës. Në rastin e Google dhe AdSense Google, kjo e nënkupton vetëm ofrimin e Internet hapësirës dhe gjithçka tjetër bëhet nga vetë klientët. E njëjta vlen edhe për eBay. Një shfrytëzues i Internetit e vendos prodhimin në ankand on-line dhe të tjerët e blejnë atë.

**Kompania eBay është themeluar në vitin 1995 nga Pierre Omidyar. Fusha kryesore e punës është ankandi on-line. Në 2009, profiti i kompanisë ishte \$2,389 miliardë.**

SELIA E eBay  
ËSHTË NË SAN  
JOSE.





### Në Kapitullin II flitet për rilindjen e Internetit, duke i prezantuar faktorët që e kanë kush-tëzuar krijimin e Internetit si media plotësisht e ndryshme nga mediat e njohura tradi-cionale:

- a. Në vitin 1990, kur Interneti është bërë i arritshëm për të gjithë, është shndërruar në qendër të vëmendjes së biznesit. Për vetëm disa vjet, Interneti ka shënuar ngritje të menjëhershme në bursë. Çmimet e aksioneve janë rritur çdoherë e më shumë.
- b. Në fund, rritja e menjëhershme e teknologjive të larta u shndërrua në një “fluskë sapuni të spekulimeve”, meqë një numër i madh i internet-kompanive, ku ishin investuar shuma të larta, nuk rezultuan me asnjë profit. Kapitalizimi i shumë kompanive u zhduk në masë të dukshme dhe shumë internet-kompani falimentuan. Paniku ishte aq i madh, saqë disa analistë menduan se kriza financiare do ta rrënojë tërësisht Internetin.
- c. Pa i anashkaluar këto parashikime, Internet kompanitë që nuk i vijuan spekulimet e bursës dhe të cilat u ofruan klientëve shërbime reale, vazhduan të funksionojnë deri më sot. Në këtë grup bëjnë pjesë edhe kompanitë si eBay dhe amazon.com.
- d. Flluska e Internet-kompanive kishte përfunduar para vitit 2004, kur u organizua takimi i nëpunësve të dy kompanive (“O’Reily Media” dhe “MediaLive International”). Kështu u krijua nocioni Web 2.0.
- e. Gjatë “epokës Web 2.0”, Interneti u ndryshua dukshëm dhe në fakt u shndërrua në një media tërësisht të ndryshme nga mediat tradicionale që njiheshin deri atëherë.

## Lidhje interesante:

**Artikulli i Dale Dougherty – Çka është Web 2.0:**  
[oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html](http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html)

## Detyrë

Përgatitni një artikull për Web 2.0 në bllog-faqen tuaj imagjinare ose reale. Artikulli i Dale Dougherty do t’u ndihmojë në këtë drejtim. Mbani mend se gjërat për të cilat ju keni interesim, ngjallin interesim edhe tek të tjerët. Në bllog, njerëzit zakonisht i shprehin vështrimet dhe konsideratat e

tyre. Shkrimet duhet të jenë të shkurtra, meqë leximi në monitor nuk është shumë i rehatshëm. Shkrimi i juaj duhet të ketë rreth 500 fjalë. Gjeni fotografinë përkatëse për artikullin tuaj në Internet.



## WEB 2.0

Web 2.0 është teknologji Interneti ose program kompjuterik. Është një tërësi e parimeve. Web 2.0 u ofron klientëve një platformë të cilën ata e shfrytëzojnë sipas nevojës. Facebook është një ilustrim i mirë i Web 2.0. Për shembull, nëse një ditë të gjithë shfrytëzuesit e Facebook-ut e ndërpresin publikimin e informatave, ai do të ndërpresë së ekzistuari. Rrjeti social ua ofron shfrytëzuesve platformën, që shfrytëzohet sipas nevojës së çdonjërit.

# Kapitulli III

## SI E NDRYSHOI INTERNETI BOTËN

Shkencëtarëve u pëlqen shpikja e nocioneve me të cilat u mundësohet që në mënyrë të lehtë t'u përgjigjen pyetjeve të vështira, duke tingëlluar si të mençur dhe njëherazi duke i parandaluar njerëzit të parashtrojnë më tepër pyetje. Për shembull, fjala “veçanti” është një nocion i këtillë. Nëse pyesni një fizikan se çka ka ekzistuar para shfaqjes së botës tonë, ai do të thotë se ka ekzistuar vetëm një veçanti. Kjo do të thotë se është e pamundur të përshkruhet, regjistrohet ose matet procesi që ka ndodhur në atë kohë, meqë nuk ka ekzistuar koha dhe hapësira dhe gjërat kanë qenë aq të ndryshme, saqë ne nuk mund t'i kuptojmë. Ekspertët e astrofizikës e përdorin këtë koncept për ta përshkruar procesin që realizohet në vrimën e zezë. Ata flasin për kufirin, prej ku fillon e veçanta, që është një lloj i kufirit që askush nuk mund ta kalojë dhe prej ku nuk ka kthim. Pas këtij limiti, koha dhe hapësira u nënshtrohen ligjeve që nuk mund të kuptohen nga ata që qëndrojnë këtej limitit.

Po ky nocion përdoret edhe nga hulumtuesit e ardhmërisë. Ata thonë se në një të ardhme të afërt, progresi teknik do ta prodhojë pajisjen me të cilën mundësohet përmirësimi dhe zhvillimi i pavarur. Gjegjësisht, pajisja do ta arrijë fazën e zhvillimit, ku mundësitë e tyre do ta tejkalojnë nivelin e mundësive të njerëzve. Mbështetësit e teorisë së veçantisë teknologjike mendojnë që nëse shkencëtarët krijojnë një intelekt artificial të teknologjisë së lartë, të ndryshme nga mendja e njeriut, do të jetë e pamundur të parashihet ardhmëria e civilizimit. Kjo do të thotë se ngjarjet pasuese mund të jenë të pakuptueshme për njeriun, andaj nuk ka kuptim të tentohet të kuptohen ato. Nuk është e lehtë që menjëherë t'u jepen përgjigje të gjitha pyetjeve. Por, nga ana tjetër, ndoshta jemi afër limitit që nuk mund të kalohet dhe prej të cilit nuk ka kthim. Edhe për ata që gjenden në anën tjetër, është e pakuptueshme të kuptohet se çka ndodh në anën tjetër të limitit. Ndoshta gjendemi në teshun e veçantisë.

(Marc Prensky)

### BANORËT DIGJITALE

Nocioni “banorët digjitalë” është përcaktuar nga profesori amerikan Marc Prensky, i cili e ka përdorur atë në vitin 2001. Profesori Prensky i ka vështuar studentët e universitetit dhe e ka përdorur këtë nocion për përkufizimin e grupit të ri të të rinjve, që janë rritur duke luajtur video-lojëra, duke dëgjuar muzikë në MP3 player dhe duke i përdorur kamerat digjitale dhe celularët. Për dallim nga gjenerata e vjetër, ky grup nuk është dashur ta tejkalojë barrierën teknologjike dhe ata nuk kanë pasur nevojë të bëjnë përpjekje për ta mësuar punën me kompjuter. Kjo gjeneratë ka lindur në familje që tashmë kanë pasur kompjuterë dhe i kanë trajtuar ata si të gatshëm. Këta janë banorët digjitalë.



Sa i përket gjeneratës më të vjetër, ata është dashur ta mësojnë punën në kompjuter. Ky grup i njerëzve është dashur t'i nënshtrohet procesit të vështirë të adaptimit ndaj botës së mbushur me pajisje të teknologjisë së lartë, meqë në kohën kur kanë lindur ata, kjo pajisje (ose një pjesë e saj) nuk ka ekzistuar. Për pasojë, njerëzit e gjeneratës së vjetër janë "imigrantë digjitalë" dhe ndonëse shumica e tyre i janë përshtatur realitetit të ri, ata edhe më tej i përdorin standardet e vjetra gjatë të menduarit. Imigrantët digjitalë i shtypin e-mail letrat e tyre dhe i lexojnë ato në letër. Ata e preferojnë korrigjimin e tekstit në letër, në vend që ta bëjnë këtë në kompjuter. Pas dërgimit të e-mail letrës, ata e thërrasin pranuesin për ta kontrolluar nëse e kanë pranuar letrën. Kur krijojnë kontakte të reja, ata preferojnë ta takojnë personin dhe të bisedojnë, meqë nuk i besojnë plotësisht raporteve të bazuara në mjetet bashkëkohore të komunikimit.

### **KUR IMIGRANTËT I MËSOJNË ABORIGJENËT**

Në veprën e tij, "Banorët digjitalë, imigrantët digjitalë – Mënyra e re për ta vështruar veten dhe fëmijët tanë", Marc Prensky i citon fjalët e një shkencëtari tjetër amerikan, ato të neurobiologut Dr. Bruce D. Perry: "Eksperimentet e ndryshme japin struktura të ndryshme të trurit. Andaj, nuk është befasia që banorët digjitalë përdorin standarde të ndryshme gjatë të menduarit dhe për më tepër, ata dërgojnë dhe pranojnë informata në një mënyrë tjetër. Në përgjithësi, ata janë psiko-tipa tjerë".

Gjendja kur imigrantët digjitalë tentojnë t'i mësojnë aborigjenët digjitalë duket mjaft paradoksale. Imagjinoni një mësime-dhënës që nuk e flet gjuhën mirë dhe flet me theks të huaj. Si mund t'i mësojë ai ose ajo nxënësit? Kjo është ajo që ndodh me pjesëtarët e gjeneratave më të vjetra, kur mendojnë se njerëzit e rinj janë të paedukuar për t'i mësuar ata me metodat e reja dhe për t'u dhënë atyre informatat që tashmë i dinë. Nga ana tjetër, të rinjtë nuk mund të kuptojnë se çka kërkohet prej tyre dhe çka ju nevojitet njerëzve që nuk mund të orientohen në botën bashkëkohore, me pajisje moderne.

### **INTERNET XHUXHËT**

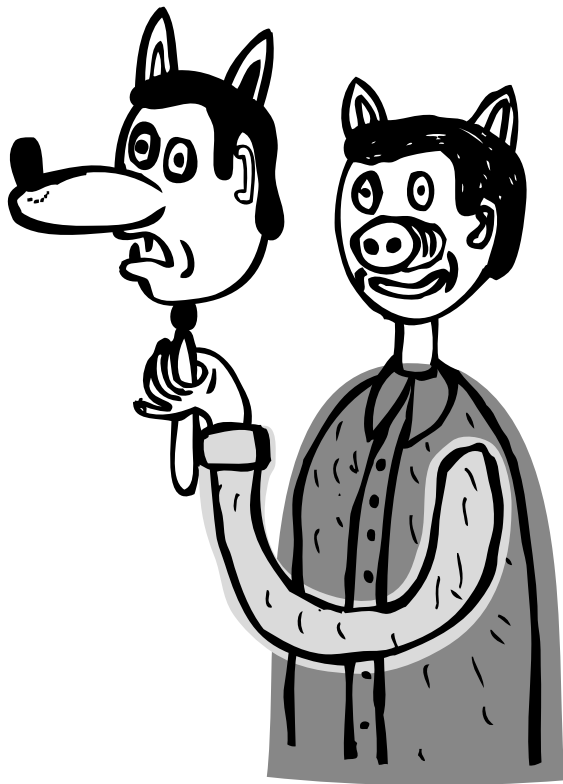
Teknologjitë e reja dhe në veçanti Interneti, janë një hapësirë e madhe ku mund të identifikohen psiko-tipa të ri. Njerëzit në Internet nuk i takojnë vetëm grupit të aborigjenëve ose imigrantëve. Njerëzit kanë krijuar teknologji të reja dhe teknologjitë e reja i kanë krijuar njerëzit e ri. Xhuxhët janë një ilustrim i mirë për këtë. Internet xhuxhët janë njerëzit që postojnë komente ofenduese në forume ose në ndonjë bllog – kudo që u jepet mundësia. Kuptohet, Internet-përdoruesve nuk mund t'u pëlqejë gjithçka dhe secili mund ta shprehë mendimin që e ka. Por, komentet e xhuxhëve janë aq irituese, saqë janë nën nivelin e kritikës. Si rregull, internet-xhuxhët janë njerëz me probleme psikologjike të cilët tentojnë ta përmirësojnë vetëbesimin e tyre, duke i ofenduar të tjerët. Psikologët na këshillojnë të mos u japim ushqim për agresion dhe t'i injorojmë ata.





## P.S.

Gjithçka që ndodh rreth nesh është shumë interesante. Askush nuk e di ku do të shpijë ky proces, por edhe më tej mbetet kënaqësia e dhënies së përgjigjes për secilën pyetje – veçantia.



## Përmbledhje:

### Kapitulli III flet për ndikimin e Internetit mbi qeniet njerëzore dhe i përshkruan psikotipat e ri që shfaqen në periudhën e kompjuterëve personalë:

- a. Në vitin 2001, profesori amerikan Marc Prensky prezantoi dy nocione të reja: banorët digjitalë dhe imigrantët digjitalë.
- b. Banorët digjitalë janë njerëzit që kanë lindur dhe janë rritur në atmosferën e teknologjive të zhvilluara.
- c. Imigrantët digjitalë janë njerëzit e moshës së pjekur, që për një moment është dashur të ballafaqohen me progresin teknologjik, meqë kjo nuk ka ekzistuar gjatë fëmijërisë dhe rinisë së tyre.

## Lidhje interesante:

### Ueb-faqja personale - Marc Prensky:

[www.marcprensky.com/](http://www.marcprensky.com/)

### Banorët digjitalë, imigrantët digjitalë:

[www.marcprensky.com/writing/default.asp](http://www.marcprensky.com/writing/default.asp)

### Banorët digjitalë, imigrantët digjitalë, Pjesa II – A mendojnë ndryshe?:

[www.marcprensky.com/writing/default.asp](http://www.marcprensky.com/writing/default.asp)

### Të lindurit digjitalë. Kuptimi i gjeneratës së parë të banorëve digjitalë:

[borndigitalbook.com](http://borndigitalbook.com)

## Kapitulli III. Si e ndryshoi Interneti botën

Përgatitni një artikull në bllog-faqen tuaj imagjinare ose reale.

Zgjeroni temën për standardet e të menduarit të banorëve dhe imigrantëve digji-

talë. Mendoni për dallimet mes këtyre dy grupeve dhe shënoni veçoritë që i dallojnë dy grupet.



## NJERËZIT DIGJITALË

**Banorët digjitalë:** Nocioni “banorët digjitalë” është përcaktuar nga profesori amerikan Marc Prensky, i cili e ka përdorur atë në vitin 2001. Profesori Prensky i ka vështuar studentët e universitetit dhe e ka përdorur këtë nocion për përkufizimin e grupit të ri të të rinjve, që janë rritur duke luajtur video-lojëra, duke dëgjuar muzikë në MP3 player dhe duke i përdorur kamerat digjitale dhe celularët. Për dallim nga gjenerata e vjetër, ky grup nuk është dashur ta tejkalojë barrierën teknologjike dhe ata nuk kanë pasur nevojë për përpjekje për ta mësuar punën me kompjuter. Kjo gjeneratë ka lindur në familje që tashmë kanë pasur kompjuterë dhe i kanë trajtuar ata si të gatshëm. Këta janë banorët digjitalë.

**Imigrantët digjitalë:** Gjenerata më e vjetër është dashur ta mësojë punën në kompjuter. Ky grup i njerëzve është dashur t'i nënshtrohet procesit të vështirë të adaptimit ndaj botës së mbushur me pajisje të teknologjisë së lartë, meqë në kohën kur kanë lindur ata, kjo pajisje (ose një pjesë e saj) nuk ka ekzistuar. Si pasojë, njerëzit e gjeneratës së vjetër janë emigrantë në shekullin e teknologjisë së lartë. Imigrantët komunikojnë me banorët me “theks të huaj”.

Gjendja kur imigrantët digjitalë tentojnë t'i mësojnë aborigjenët digjitalë duket mjaft paradoksale. Imagjinoni një mësimdhënës që nuk e flet gjuhën mirë dhe flet me theks të huaj. Si mund t'i mësojë ai ose ajo nxënësit?

## ÇKA ËSHTË UEB-FAQJA



Siç e dimë, kur është krijuar Interneti, nuk ka ekzistuar sistemi i njohur i ueb-faqeve ose rrjeti ueb. Ka ekzistuar Interneti dhe njerëzit kanë shkëmbyer informatat përmes e-mail letrave, chat bisedave dhe mjeteve të tjera të cilat nuk kanë qenë shumë të rehatshme. Koncepti i ueb rrjetit është prezantuar në vitin 1989 nga shkencëtari britanik Sir Timothy John “Tim” Berners-Lee. Që atëherë, nuk ka pasur nevojë t’i dërgohet informata pranuesit – është nevojitur vetëm krijimi i ueb-faqes në Internet dhe secili ka pasur qasje në të.

Por, çka përmbajnë ueb-faqet? Cilat janë “tullat” që i ndërtojnë ato?

Ueb-faqet krijohen përmes programit me gjuhë speciale, HTML. Ndonëse ekzistojnë edhe shumë teknologji të tjera, në përgjithësi, Interneti e përdorë sistemin HTML. Për shembull, kur dikush regjistron një bllog, sistemi për regjistrimin e këtij bllogu e gjeneron kodin HTML për shfrytëzuesin konkret. Programi kërkues në Internet nuk është asgjë tjetër, pos një program për leximin e kodeve HTML. Kjo do të thotë që Internet Explorer, Firefox, Opera dhe të tjera janë programe për leximin e kodeve HTML. Programuesit organizojnë ueb-faqe përmes kodeve HTML dhe pastaj ato i lexojnë programet e kërkimit, duke i shfaqur përmbajtjet HTML në mënyrë vizuale, në formën e kuptueshme për njerëzit.

## Si të krijohet ueb-faqja e thjeshtë

Me gjasë, kemi trajtuar mjaft teori dhe tani duhet të kalojmë në praktikë. Për këtë qëllim nuk na nevojiten programe të komplikuara për krijimin e ueb-faqeve. Mjafton vetëm Notepad.

1. Hapeni Notpad. Start > Programs > Accessories > Notpad

2. Në Notpad shënoni këtë kod:

```
<html>
```

```
<body>
```

```
Hello
```

```
</body>
```

```
</html>
```

3. Pastaj zgjidhni: File > Save as.

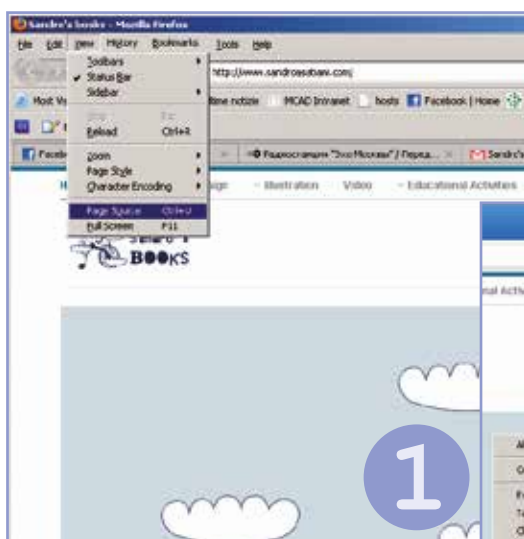


Në dritaren përkatëse, shënoni emrin e skedës "gverdi". Në fund vendosni edhe pikën dhe pas pikës shënoni html. Emri i skedës tuaj duhet të duket kështu: gverdi.html. Ruajeni këtë skedë.

Ueb-faqja e juaj është gati. Tani, nëse klikoni dy herë mbi skedën, do të hapet skeda në programin e kërkimit dhe në këtë dritare do të lexoni: Hello.

<html> dhe <body> janë kode të gjuhës së programit dhe nuk mund të shprehen në mënyrë vizuale.

Ju mund ta shihni kodin e cilësdo faqe. Kuptohet, ato do të jenë shumë më të komplikuar dhe do të dallojnë prej të lartcekurave:

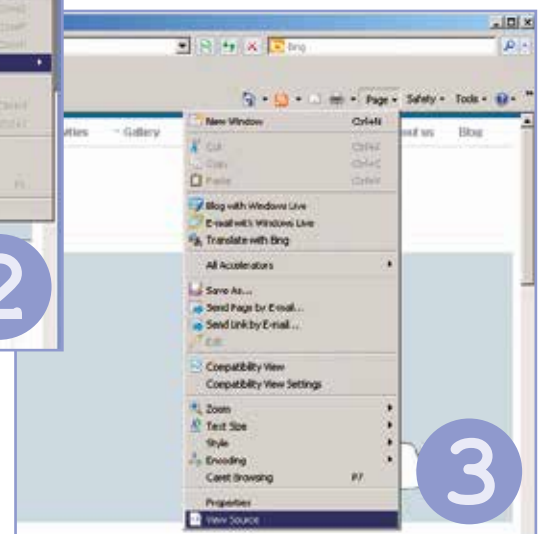


1. Firefox: View > Source



2. Google Chrome: customize and control > Tools

3. Internet Explorer: View > Source



## Mediat sociale dhe shembujt e shfrytëzimit të tyre

### **Kapitulli IV Mediat tradicionale dhe sociale**

Si zëvendësohen mediat tradicionale me mediat sociale

### **Kapitulli V Mediat sociale – instrument për ndryshime reale**

Shembuj dhe fakte

### **Kapitulli VI Mediat sociale dhe rreziqet e tyre**

Çfarë dëmsh mund të shkaktojnë mediat sociale

### **Punë praktike**

Regjistrimi në rrjetin social Facebook



## MEDIAT TRADICIONALE DHE SOCIALE

Njerëzit kanë qasje respekti ndaj termeve, por çka janë termet? Ato janë fjalë të thjeshta ose kombinime që emërtojnë ndonjë fushë, koncept ose subjekt. Mbi të gjitha, termet sajohen nga njerëzit si ne. Pastaj ne i përsërisim ato, duke i krijuar si të tilla dhe i përdorim për ta shprehur diturinë tonë.

Numri i termeve rritet në përpjesëtim me zhvillimin e qenies njerëzore. Kështu, me aq shumë terme dhe koncepte, ngadalë e humbim rrugën dhe në fund kemi terme të zbrazëta. Shpesh herë duket se kuptoni ndonjë term, por pastaj e kuptoni që nëse ju kërkohet ta shpjegoni atë, ju nuk do të keni shpjegim.

Për shembull, shpesh herë e dëgjojmë fjalën “mediat” dhe jemi mësuar me këtë term aq shumë, sa që nëse pyesni dikë se çka do të thotë ky term, ai ose ajo do të befasonet me mosdijen tuaj. Por, ndoshta as ata nuk do të jenë në gjendje të japin shpjegim të saktë.

Sipas fjalorit, termi “mediat” është shumësi i fjalës “media” dhe është e pasaktë të thuhet “mediet”. Media definohet si mjet ose vegël për ruajtjen dhe transmetimin e informatave. Në jetën tonë bashkëkohore, ne jemi të rrethuar nga mediat prej të gjitha anëve. Kudo, në libra, revista, celularë, madje edhe në shenjat e trafikut, ka ndonjë informatë të ruajtur dhe që na bartet prej të gjitha anëve.

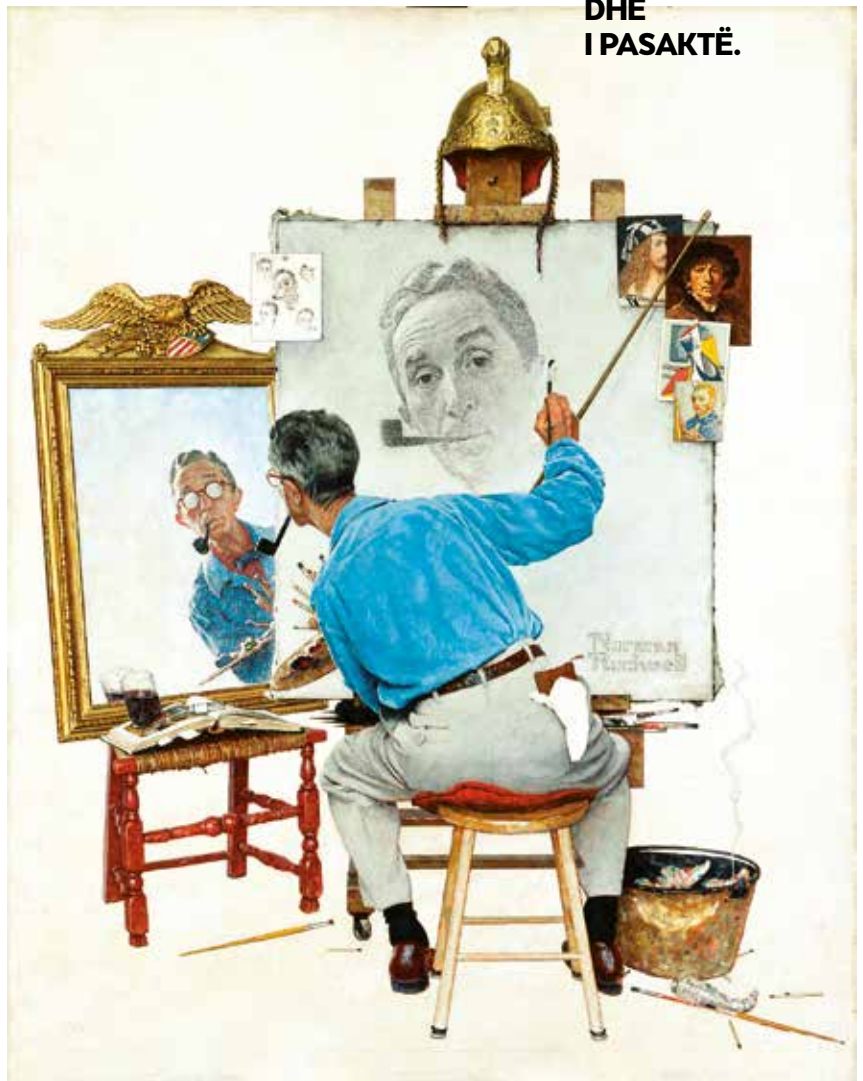
Në art, për shembull, termi media definohet si material që përdoret nga artisti për krijimin e veprës së artit (pëlhura, letra, lapsi, ngjyrat, etj).

### MEDIAT TRADICIONALE

Mediat tradicionale janë studiuar mjaft mirë. Pothuajse secili ka të paktën ndonjë ide për mënyrën në të cilën funksionon televizioni. E dimë se cilat programe janë të shikuara, pa asnjë analizë ose hulumtim të shikueshmërisë. E kuptojmë edhe atë se disa programe të caktuara, që për shembull transmetohen në ora 20:00, mund të shihen vetëm në atë moment, përveç nëse nuk

**Mediat janë shumësi i fjalës media. Andaj, termi “mediet” është absurd dhe i pasaktë.**

**MEDIAT JANË SHUMËSI I FJALËS MEDIA. ANDAJ, TERMI “MEDIET” ËSHTË ABSURD DHE I PASAKTË.**







ritransmetohen të nesërmen. Në këtë mënyrë, e kuptojmë që mediat tradicionale kanë kontroll të plotë mbi programet ditore të televizionit. Përfaqësuesit e mediave vendosin se kur dhe çka do të shohim. Mediat tradicionale nuk lejojnë përgjigje kthyesë. Nga njëra anë gjendet transmetuesi dhe në anën tjetër janë shikuesit, dëgjuesit ose lexuesit.

Në të kaluarën, mediat fare nuk kanë ekzistuar. Mediat janë paraqitur vetëm para ca kohësh dhe më vonë janë formuar si media të plota. Ato kanë poseduar informata dhe vetë e kanë krijuar orarin e ditës. Pastaj i kanë vërejtur rivalët në mediat tjera, përndryshe gjithçka do të kontrollonin vetë.

### **MEDIAT SOCIALE**

Mediat sociale janë media të krijuara nga anëtarët ose grupet e caktuara të shoqërisë, si për shembull bllogu, ku mund të ruhen dhe transmetohen informatat. Termi 'bllog' definohet si një ueb-ditar ose ueb-regjistër. Bllogu është ueb-faqe, në të cilën autori i fut shënimet në radhitje kronologjike. Ata që interesohen për ndonjë bllog në Gjeorgji, mund ta vizitojnë faqen [blogroll.ge](http://blogroll.ge), ku gjendet agregatori i çdo bllogu në gjuhën gjeorgjiane. Në këtë faqe gjendet çdo bllog gjeorgjian, aty mund të shihen shkrimet e fundit dhe vlerësimet për secilin bllog gjeorgjian.

Por, mediat sociale nuk kufizohen vetëm në bllog. Për shembull, secili mund të krijojë internet TV kanal dhe të transmetojë çfarëdo përmbajtje sipas dëshirës.

Ngadalë, rrjetet sociale po e marrin funksionin që e kanë pasur mediat tradicionale. Gjithnjë e më shumë njerëzit janë duke i mësuar lajmet përmes Facebook-ut.

### **SI ZËVENDËSOHEN MEDIAT TRADICIONALE ME MEDIAT SOCIALE**

Kohëve të fundit, gjendja ka ndryshuar rrënjësisht. Për fillim, mediat sociale janë zhvilluar aq shumë, saqë në sytë e shumë njerëzve, ato barazohen me mediat tradicionale. Për shembull, në një panair të paradokohshëm të pajisjeve kompjuterike në Shtetet e Bashkuara, bllog-autorët kishin mundësi të kërkojnë akreditim, njëjtë si edhe gazetarët e mediave tradicionale. Kështu, ata u akredituan si gazetarë.

Nga ana tjetër, edhe mediat tradicionale kanë filluar t'i shfrytëzojnë mediat sociale. Për shembull, në ueb-faqen e Radio Liberty, bashkë me dëgjimin e radio-programeve, mund të lexoni edhe ndonjë bllog të atyre që punojnë në këtë radio-stacion. Diçka e ngjashme ndodh edhe në ueb-faqet e mediave tjera. Shumë revista dhe TV-programe gjeorgjiane kanë faqet e tyre në Facebook, të cilat tani janë shndërruar në hapësirë për diskutim direkt on-line.



## Përmbledhje:

**Kapitulli IV e jep përkufizimin e termit media, së bashku me veçoritë e mediave tradicionale dhe sociale dhe përshkrimin e veçorive të tyre. Në fund të kapitullit tregohet si mediat sociale kanë ndikuar mbi mediat tradicionale:**

- a. Përkufizimi i termit media: mjet ose vegël për ruajtjen dhe transmetimin e informatave.
- b. Termi “mediat” është shumësi i fjalës “media” dhe është e pasaktë të thuhet “mediet”. Kjo është absurde.
- c. Tradicionalisht, mediat e nënkuptojnë televizionin, radion dhe shtypin.
- d. Mediat sociale janë mediat e krijuara nga anëtarët e caktuar të ndonjë shoqërie ose grupi.
- e. Për të pasur dialog të drejtpërdrejtë me audiencën, mediat tradicionale kanë filluar t’i shfrytëzojnë mjetet e mediave sociale.

## Lidhje interesante:

**Çka janë mediat e komunikimit masiv:**

[www.wordiq.com/definition/Mass\\_media](http://www.wordiq.com/definition/Mass_media)

## Detyrë:

Gjeni në Internet ndonjë ueb-faqe të mediave tradicionale dhe analizoni ato. Shihni si strukturohet informata.

e mediave sociale, për shembull, nëse janë të regjistruara në Facebook dhe nëse kanë kanal në YouTube.

Shihni masën në të cilën mediat e caktuara tradicionale i shfrytëzojnë mundësitë

## Mediat, mediat e komunikimit masiv, mediat sociale:



**Mediat** – mjetet ose veglat për ruajtjen dhe transmetimin e informatave, si librat, celularët, televizorët, kompjuterët, etj.

Termi **mediat e komunikimit masiv** është krijuar në vitet 1920 dhe i përfshin mediat e dedikuara për audiencat e gjera.

**Mediat sociale** janë mediat e krijuara nga anëtarët e caktuar të shoqërisë ose grupit (si bllog-faqet), ku ruhen dhe transmetohen informatat.

# Kapitulli V

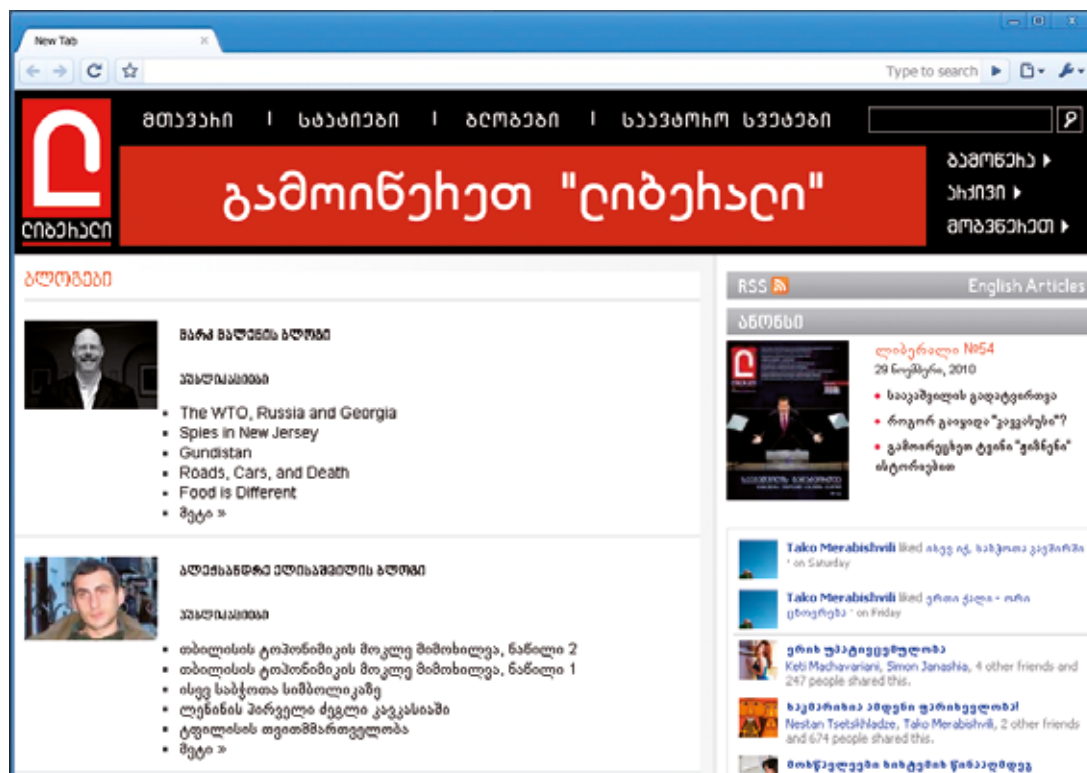
## MEDIAT SOCIALE – INSTRUMENT PËR NDRYSHIME REALE

Është pothuajse e pamundur të jepen parashikime për Internetin, duke e marrë parasysh shpejtësinë e zhvillimit të tij. Por, një gjë është e qartë – roli i personalitetit të njeriut në Internet ngadalë po rritet. Sot, shfrytëzuesit janë ata që ia japin imazhin bashkëkohor Internetit përmes fotografive, komenteve dhe video-incizimeve të tyre.

Në fillim, shërbimet e ndryshme të Internetit e kanë zëvendësuar modelin e mediave tradicionale, përkatësisht kanë pasur një ueb-faqe të disa kopjeve elektronike të gazetave të shtypura, që do të thotë se faqet e Internetit e kanë transmetuar vetëm atë që është shtypur. Sot, shumë ueb-faqe të mediave të ndryshme kanë jetë të ndarë. Shpesh herë, këto ueb-faqe ofrojnë përmbajtje që nuk gjenden në mediat tradicionale. Madje, disa gazeta publikojnë edhe video-incizime në ueb-faqet e tyre dhe ajo që është më e rëndësishme, shfrytëzuesit sot kanë mundësi të jashtëzakonshme të marrin pjesë në punën e mediave, përmes komenteve dhe rrjeteve sociale. Ata i shkëmbejnë publikimet interesante me on-line miqtë e tyre.

Para dhjetë viteve, kur më pëlqente ndonjë artikull në gazetë dhe dëshiroja ta ndaj atë me miqtë, më duhej të blej disa kopje të publikimit ose t'i shpreh emocionet e mia dhe artikullin në mënyrë verbale. Nëse doja t'i shpreh idetë ose komentet e mia me redaksinë e gazetës, më duhej t'i dërgoj letër me shkrim, ndonëse kishte pak gjasa që letra të arrijë tek pranuesi i vërtetë. Tani gjendja ka ndryshuar shumë – shumica e materialeve të publikuara në gazeta dhe revista incizohen në ueb-faqet e tyre. Konkretisht, nëse dikush dëshiron ta ndajë artikullin me të tjerë, kjo mund të bëhet vetëm me një

**Revista “Liberal”, së bashku me artikujt dhe shkrimet e autorëve, i reklamon edhe bllog-përmbajtjet e autorëve të jashtëm.**



klikim. Kuptohet, shfrytëzuesi do ta shfrytëzojë Facebook-un për ta ndarë artikullin me miqtë dhe për pranimin e komenteve të tyre. Ndonjëherë, kjo shkakton diskutime të zjarra – jo vetëm mes miqve, por edhe me persona tjerë. Ndonjëherë, kur i shikoni komentet, fitoni përshtypje mjaft interesante. Çdoherë është interesant të shkëmbehen ide me njerëz të tjerë.

Nëse autori i artikullit interesohet për pikëpamjet e njerëzve për artikujt e shkruar, ai ose ajo ka mundësi që në mënyrë të thjeshtë t'i lexojë komentet e lexuesve.

Andaj, shfrytëzuesit jo vetëm që i lexojnë artikujt, por ata gjithashtu i ndajnë artikujt interesantë me miqtë e tyre, duke shtuar komente ndaj përmbytjes ekzistuese.

Me gjasë Interneti do të vazhdojë të zhvillohet në këtë drejtim. Roli i përdoruesve të shërbimeve të ndryshme on-line do të rritet edhe më tej. Sot, mediat i thërrasin bllog-autorët në ueb-faqet e tyre, me qëllim që lexuesit dhe personalitetet interesante ta ndihmojnë zhvillimin e ueb-burimeve.

Është interesante që në disa raste, bllog-autorët janë superiorë ndaj shumë mediave tradicionale në bazë të vlerësimit. Vetë emërtimi i “mediave sociale” flet mjaft për këtë.



## Gjenerata e re

Interneti është mjedis absolutisht i natyrshëm i gjeneratës së re. Sot, fëmijëve nuk ju nevojiten leksione kompjuteri – ata mësojnë vetë dhe edukohen me ndihmën e kompjuterëve që në klasën e parë. Përmes veglave të kërkimit, mund të gjenden përgjigjet e të gjitha pyetjeve andaj, roli i kompjuterëve në jetën e njeriut do të jetë edhe më i madh në të ardhmen. Mund të duket e habitshme, por kompjuteri mund të krijojë ndryshime reale në botë.

Në korrik të vitit 2013, Programi për Edukim Juridik i “PH International” e ka promovuar projektin e ri në Gjeorgji – Mediat sociale në shkollë. Organizata ndërkombëtare i ka bashkuar fëmijët e moshës më të rritur, prej shkollave të ndryshme nga Tbilisi, Rustavi, Kutaisi dhe Batumi, duke ju ofruar atyre trajnime për krijim dhe menaxhim të burimeve të tyre. Projekti ka pasur për synim t’u ndihmojë fëmijëve në gjetjen e miqve në Internet, për t’i diskutuar problemet reale. Prej tyre kërkohet të bëjnë ndryshime sipas mundësive që i kanë. Fëmijët u adaptuan shpejtë me Internetin dhe gjithçka ishte e natyrshme për ta. Në përgjithësi, projekti rezultoi me nisma shumë interesante.





<http://greenrustavi.wordpress.com>

Ky është bllog për ekologjinë, me fokus kryesor tek problemet e qytetit Rustavi. Nëse i lexoni artikujt, do të gjeni disa video-incizime ku fëmijët bëjnë intervista të rastësishme në rrugë. Ka edhe video-incizime që i pasqyrojnë ngjarjet e organizuara prej fëmijëve. Në komentet e bllogut, mund të shihet edhe interesimi i fëmijëve tjerë për këto tema.

<http://hearthelp1.wordpress.com>

Ky bllog ka titull mjaft optimist – Arti do ta shpëtojë botën! Bllogu i dedikohet artit dhe bllog-autori zakonisht poston informata për moshatarët e tij artistë, duke i ndarë idetë me ata që interesohen për artin. Ka një video-incizim nga Samgori, ku bllog-autori flet për klubin lokal dhe studion “Salle”. Mjaft interesant.



<http://kindworld.wordpress.com>

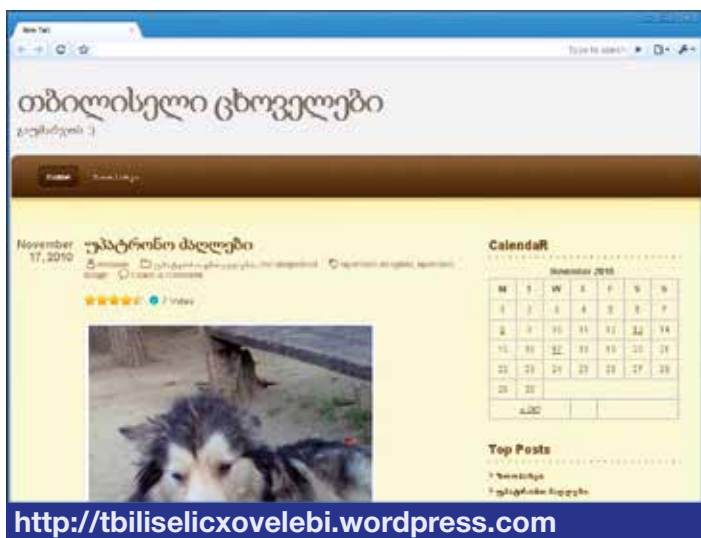
Bllog-autorët kanë vendosur ta ndihmojnë jetimoren me mikun e tyre që është regjisor teatri. Ata kanë organizuar një shfaqje së bashku me fëmijët e jetimores, të cilët kanë shfaqur entuziazëm të lartë.

<http://publicorder.wordpress.com>

Bllogu quhet: “Njeriu dhe Ligji”, ku një bllog-autor i ri i shqyrton temat që në shikim të parë duken plotësisht joadekuete për moshën e tij. Por, nga ana tjetër, nëse një i rritur i ka menaxhuar këto gjëra, atëherë nuk mbetet shumëçka për diskutimin e të rinjve.

<http://tbiliselicxovelebi.wordpress.com>

Ky bllog quhet: “Kafshët e Tblisit”. Bllog-autori duket shumë i brengosur për fatin e kafshëve në kopshtin zoologjik të Tblisit ose në rrugët e qytetit.



Shikoni shpejtazi këtë përmbajtje dhe do të shihni se këta fëmijë të medias sociale tingëllojnë si njerëzit e mediave tradicionale.

Me siguri do të ketë më tepër bllog-përmbajtje në Gjeorgji dhe interneti do të sjellë projekte dhe rezultate akoma më të mira.

## Përmbledhje:

**Kapitulli V prezanton disa fakte reale për ta treguar mënyrën në të cilën mediat sociale sjellin ndryshime reale dhe të rëndësishme në jetën tonë.**

- a. Në fillim të kapitullit, e kemi trajtuar transformimin e mediave tradicionale në mediat sociale.
- b. Roli i shfrytëzuesit në zhvillimin e mediave sociale.
- c. Programi për Edukim Juridik i “PH International” i ka shtuar një komponent të ri njërit projekt – Mediat sociale në shkolla.
- d. Fëmijët gjeorgjianë të shtresës së lartë, aftësitë e tyre sociale dhe ndryshimet reale.

## Lidhje interesante:

**Projekti ueb-faqe – Mediat sociale në shkolla. Informatat për projektin dhe bllog-përmbajtjet, të krijuara në kuadër të projektit mund të gjenden në këtë adresë:**

[www.socialmediaatschool.wordpress.com](http://www.socialmediaatschool.wordpress.com)

## Detyr:

Shikoni bllog-përmbajtjet e krijuara në kuadër të Projektit: Mediat sociale në

shkolla. Shënoni komentet tuaja dhe idetë për aktivitetet e projektit.

## Si do të duket Interneti nesër



Kohëve të fundit, roli i njeriut në Internet po rritet me shpejtësi. Sot, janë shfrytëzuesit ata që e krijojnë imazhin bashkëkohor të Internetit përmes fotografive, komenteve dhe video-incizimeve të tyre. Ata marrin pjesë aktive në punën e mediave përmes rrjeteve sociale, duke i shkëmbyer publikimet interesante me miqtë dhe të njohurit. Burimet e mediave i thërrasin bllog-autorët në ueb-faqet e tyre, me qëllim që lexuesit dhe personalitetet interesante ta ndihmojnë zhvillimin e ueb-burimeve. Me gjasë, roli i shfrytëzuesit do të rritet edhe më tej, paralelisht me zhvillimin e Internetit.

Për më shumë se 80 vjet, revista TIME propozon Personalitetin e Vitit, duke propozuar personalitete që kanë pasur ndikim mbi proceset botërore gjatë vitit paraprak. Në vitin 2008, TIME e përcaktoi personin abstrakt TI si Personaliteti i Vitit, që e nënkupton secilin prej nesh, njerëzit që e krijojnë hapësirën bashkëkohore në internet dhe incizojnë fotografi, video në Youtube, shkruajnë bllog-përmbajtje dhe komente në ueb-faqe.



## MEDIAT SOCIALE DHE RREZIQET E TYRE

“Ajo që sot duket se është normale, ka qenë absolutisht e paimagjinueshme para njëzet viteve,” tha Barack Obama, Presidenti i Shteteve të Bashkuara, lidhur me teknologjitë e Internetit në një fjalim të tij para studentëve që diplomonin në Moskë në gusht të vitit 2009. Këto fjalë tingëllojnë si shumë më të besueshme kur vijnë nga Presidenti i Shteteve të Bashkuara, meqë teknologjitë, që duken të thjeshta dhe të arritshme, krijojnë shumë mundësi për njerëzit – por gjithashtu edhe shumë rreziqe. Edhe ky fakt u konfirmuar nga Barack Obama në një takim me nxënësit e shkollave amerikane. Njëri nga tinxherët e pyeti se çka do t'i kishte këshilluar ata të cilët mendojnë që një ditë të bëhen President. Shihni çka tha Obama:

**Presidenti amerikan Barack Obama, në një takim me nxënësit amerikanë.**



“Së pari, dëshiroj të jeni më të kujdesshëm për atë që e publikoni në Facebook. Në shekullin e YouTube, gjithçka që mund të bëni, një ditë mund t’u kthehet si bumerang”.

“Është lehtë të bëhen gabime kur jeni të rinj dhe ne të gjithë kemi bërë marrëzira në moshën rinore. Kam dëgjuar për shumë raste kur njerëzit publikojnë diçka në Facebook dhe pastaj kanë probleme gjatë gjetjes së vendit të punës”.

Presidenti amerikan e ceki dy herë fjalën "gabim" gjatë moshës rinore, pa e cekur saktë se për çfarë gabime flitet. Hulumtimet tregojnë që 45% e punëdhënësve amerikanë i kërkojnë informatat mbi aplikuesit e vendeve të punës përmes Internetit – veçanërisht në rrjetet sociale.

35% e punëdhënësve të intervistuar kanë pranuar se kanë refuzuar ndonjë aplikues, për shkak të informatave të marra përmes Internetit. Arsytet e cekura janë fotografitë joadekuatë të aplikuesve për pozitat e nivelit të lartë, qëndrimi ndaj alkoolit ose drogave, si dhe komentet negative nga punëdhënësit ose kolegët e mëparshëm.

### Kujdes me bllog-përmbajtjet!

Interneti ka depërtuar në mënyrë të papritur në jetët tona – aq shumë, sa që disa kompani mjaft të mëdha nuk e kanë njohur fuqinë e tij. Rrëfimi për dëmin e shkaktuar ndaj kompanisë së madhe "Dell", nga një bllog-përmbajtje e vogël, është shumë interesante. Gjithçka filloi në vitin 2005, kur gazetari Jeff Jarvis, i dëshpëruar nga shërbimi i klientëve në kompaninë "DELL" (ai kishte blerë një laptop "DELL", i cili kishte defekt dhe e kërkoi kompaninë për ta zgjidhur problemin), e publikoi shkrimin në bllog-faqen e tij: "DELL" është leshko! Ai dëshironte ta shprehë ankesën e tij dhe qëndrimin negativ. Por, kjo nuk duket aq adoleshente ashtu siç tingëllon, meqë pastaj rezultoi që vegla e kërkimit Google e shpalos raportin e vërtetë të klientëve ndaj secilit kërkim të brendit, të cilit i bashkëngjiten fjalët "leshko". Mijëra klientë komentuan dhe publikuan lidhje ndaj bllog-faqes së Jeff Jarvisit, duke shtuar "edhe unë". Disa njerëz shënuan komente, ndërsa tjerët i kopjuan fjalët e tij. Kjo rezultoi me një det komentesh ndaj "Dell" – disa flisnin për thirrje të cilat nuk janë përgjigjur, të tjerët për pjesët defekte të kompjuterit... Në fillim, "Dell" nuk i përkushtoi vëmendje. Më vonë, kompania reagoi dhe e kërkuan Jeffin për zëvendësimin e laptopit. Ata menduan se kjo do t'i jep fund problemeve për një kompani aq të madhe si "Dell", por stuhia vazhdoi edhe më tej. Vala e nisur nga Jeff fitoi në forcë, bllogu i tij shfaqej edhe në mediat e shtypura dhe bllogu i tij u ngarkua me shumë lidhje. Në përgjithësi, kjo kishte ndikim edhe mbi shitjet e "Dell".

Një rrëfim që filloi me një bllog-shkrim të ngjashëm, zgjati për dy vjetet rresht. Në tetor 2007, "BusinessWeek" publikoi një intervistë ekskluzive me Michael Dell. Nuk është e lehtë të gjendet një person aq i zënë për intervistë, ndërkaq "BusinessWeek" nuk është gazetë që ia jep ballinën kujtdo. Në intervistë, Michael Dell deklaroi se kompania ka shpenzuar \$150.000.000 për përmirësimin e shërbimit të klientëve.

### Përfundimi

Shumë fakte interesante ose të çuditshme zbulohen pikërisht përmes bllog-faqeve. Për shembull, në Rusi, ku mediat janë duke u ballafaquar me vështirësi, disa fakte bëhen të njohura përmes bllog-faqeve. Më 18 shkurt 2010, Presidenti i Rusisë, Dmitry Medvedev e vizitoi qytetin Omsk, që u përcoll me një rrëfim shumë interesant. Një ditë para vizitës, nëpunësit e Komunës e mënjanuan me

**Mediat sociale gjenden në fazën e hershme të zhvillimit dhe ende nuk janë hulumtuar mirë. Andaj, sa u përket mediave sociale, është vështirë të parashikohet ardhmëria ose të bëhen plane**



shpejtësi pllakatin “Mirë se erdhe i lumturi Gnome!” për vizitën e Medvedevit. Ndonëse gnome i referohej një personazhi në produksionin e fëmijëve të teatrit lokal, nëpunësit nuk rrezikuan. Ata reagueshan shpejtë, madje duke përdorur sëpata për mënjanimin e pllakatit. Kjo ngjarje u shpalos nga bllog-autorët.

#### Përmbledhje:

#### Kapitulli VI i shqyrton rreziqet në lidhje me mediat:

- a. Kapitulli fillon me fjalimin e Obama-s në një takim me nxënësit e shkollave.
- b. Rrëfimi për Jeff Jarvis, i cili i shkaktoi dëm të jashtëzakonshëm kompanisë “Dell” me vetëm një artikull në bllog-faqen e tij.
- c. Kapitulli i shqyrton mediat sociale si rrezik për politikanët.

#### Lidhje interesante:

[www.buzzmachine.com](http://www.buzzmachine.com)

#### Detyrë:

Mendoni për rreziqet që vijnë nga mediat sociale. Shkruani një artikull për bllog-faqen tuaj reale ose imagjinare dhe shfrytë-

zoni veglën e kërkimit në Google për t'i gjetur informatat e nevojshme.



## Rreziqet që vijnë nga mediat sociale

Mendoni para se të publikoni diçka në rrjetet sociale. Informatat që i jepni sot, mund ta dëmtojnë karrierën ose imazhin tuaj nesër.

Sipas hulumtimeve, 45% e punëdhënësve amerikanë i kërkojnë informatat mbi aplikuesit e vendeve të punës përmes Internetit – veçanërisht në rrjetet sociale. 35% e punëdhënësve të intervistuar kanë pranuar se kanë refuzuar ndonjë aplikues, për shkak të informatave të marra përmes Internetit. Arsytet e cekura janë fotografitë joadekuatë të aplikuesve për pozitat e nivelit të lartë, qëndrimi ndaj alkoolit ose drogave, si dhe komentet negative nga punëdhënësit ose kolegët e mëparshëm.



## Регистрација на социјална мрежа Фејсбук

Facebook është një prej rrjeteve sociale më të popullarizuara në botë. Në vitin 2010, numri i shfrytëzuesve aktivë të FB kapi gjysmë milion njerëz. Kushdo mund të regjistrohet në Facebook.

Për regjistrim, duhet ta vizitoni ueb-faqen [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Nëse dëshironi që Facebook t'u "flasë" në gjeorgjisht, zgjidhni gjuhën duke klikuar në gjeorgjisht në anën e majtë të ekranit. Teksti do të ndryshohet automatikisht në gjuhën gjeorgjiane.

Shën timeri të dhënat tuaja në katrorët përkatës: emri, mbiemri dhe e-mail. Shën timeri e-mail adresën dy herë, për t'i evituar gabimet. Krijuesit e Facebook-ut dhe shumë ueb-faqeve të tjera mendojnë se shën timeri i dyfishtë i e-mail adresës e zvogëlon rrezikun e gabimit. Fusha e e-mail adresës është e obligueshme, meqë ekipi i Facebook-ut do t'u dërgojë një letër konfirmuese, si dhe një lidhje për aktivizimin e llogarisë tuaj në Facebook.

Pas regjistrimit të të gjitha të dhënave, klikoni në Regjistro (Sign Up).

Dritarja e ardhshme e përmban kontrollimin e sigurisë, ku ju duhet t'i shkruani shkronjat ose figurat e shfaqura në ekran. Kjo procedurë është e zakonshme për shumë ueb-faqe dhe kjo e siguron që të gjithë ata që regjistrohen janë në fakt persona realë, meqë vetëm personat mund t'i identifikojnë karakteret e dëmtuara. Arsyeja për këtë kërkesë rrjedh nga rastet e regjistrimit

Pas regjistrimit të suksesshëm, Facebook do t'ju ofrojë t'ju gjeni miqtë që tanimë janë shfrytëzues të regjistruar. Mund t'ju kapërceni hapat e ardhshëm dhe t'ju plotësoni ato më vonë. Tani mbylleni dritaren Facebook dhe kontrolloni e-mail adresën tuaj. Duhet të keni marrë një lidhje, të cilën nëse e klikoni, do t'ju shpijë në Facebook faqen tuaj për aktivizimin e llogarisë. Pas aktivizimit të llogarisë, mund t'ju incizoni fotografitë tuaja, si dhe të shënoni informata shtesë për veten në fushat përkatëse.

[illegible]

## Bllog-faqet dhe bllog-autorët

### **Kapitulli VII Bllog-faqja e parë**

Rrëfimi për zhvillimin e bllog-faqes së parë dhe mbarë botës së bllogut

### **Kapitulli VII Bota e bllogut**

Analiza krahasuese e platformave të ndryshme

### **Kapitulli IX Përdorimi efektiv i bllog-faqeve**

Shembuj ndërkombëtarë

### **Ushtrim praktik**

Si të krijohet bllog-faqja



## Bllog-faqja e parë

Në ditët e sotme, shpeshherë dëgjojmë se Interneti është burimi i mediave me rritje më të shpejtë. Njerëzit, çdo ditë e më pak blejnë gazeta, meqë lajmet i marrin nga Interneti. Shumë konsumatorë i parapëlqejnë radiot dhe televizionet on-line. Në disa raste, bëhet edhe krahasimi mes internetit dhe mediave tradicionale, që megjithatë është gabim, meqë ekipet televizive krijojnë prodhime për klientët e tyre. E njëjta vlen edhe për mediat e shtypura. Por, gjendja ndryshon kur bëhet fjalë për Internetin – ai është një ballafaqim i kabllove dhe mjeteve elektronike, që i lidhin rrjetet dhe klientët e ndryshëm. Interneti është shndërruar në burim të mediave nga klientët, në momentin kur këta kanë filluar me incizimin dhe shkëmbimin e informatave në Internet. Ndodh shpesh që mediat tradicionale dhe njerëzit e zakonshëm në Internet të gjenden në pozitën e njëjtë – ata e shfrytëzojnë Internetin dhe e pasurojnë veten. Konkretisht, kur ne i drejtohem Internetit si burim mediatik, do të ishte mirë që të flasim për Internet-kanalet dhe jo për Internetin si media e gjerë.

Bota e bllogut (bllogosphere) është një nga kanalet e këtilla. Fjala ‘bllog’ dhe fjalia e re ‘bota e bllogut’ (bashkësia e bllog-faqeve) janë po aq të reja sa edhe vetë interneti.

### Internet kanalet me emrin bllog

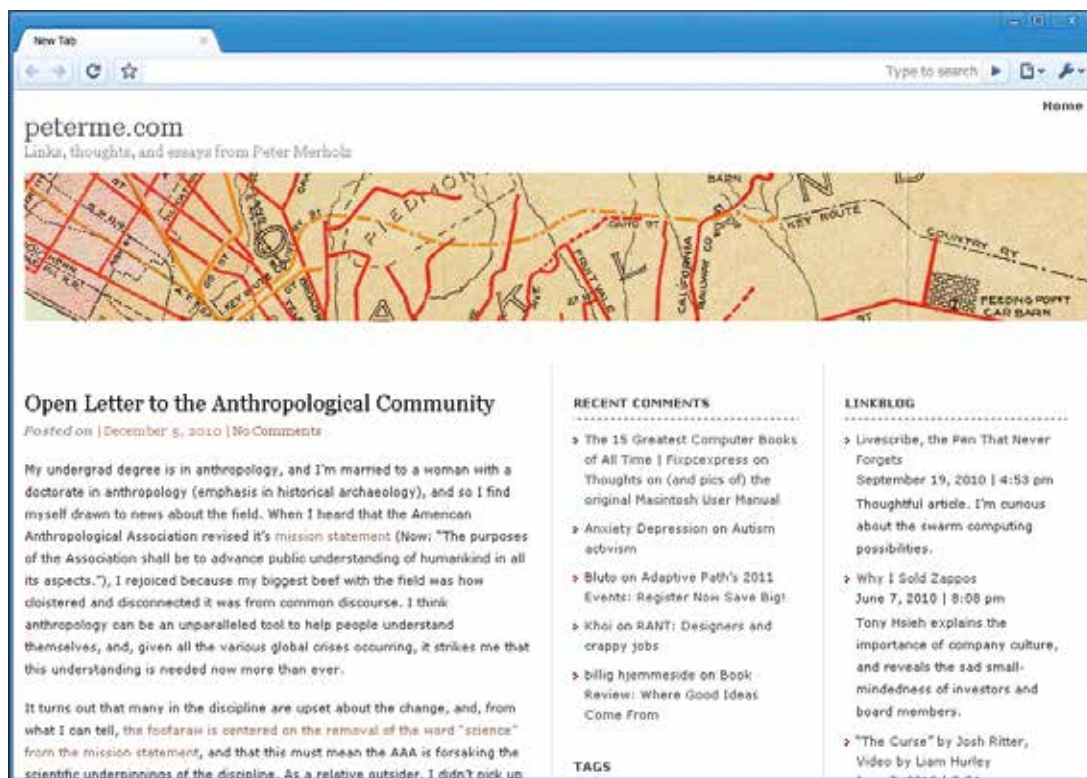
Fjala Bllog rrjedh nga fjala Weblog, si bashkim i fjalëve Web (rrjet) dhe Log (ditar), që interpretohet si përmbajtje e rrjetit ose ueb-revistë.

Sot, është e vështirë të thuhet se kush ka qenë bllog-autori i parë. Siç duket, termi i takon Jorn Bargerit. Ai ka qenë shfrytëzuesi i parë i Weblog për ta përshkruar veprimtarinë e tij. Atëbotë, shkrimi në bllog nuk ka qenë edhe aq i lehtë, meqë nuk ka pasur aq shumë shërbime në internet për krijimin e bllog-faqeve, që kanë qenë po aq të vështira sa edhe krijimi i ueb-faqeve. Në vitin 1999 është shfaqur shërbimi i thjeshtë dhe fleksibil Blogger, duke kontribuar dukshëm në zhvillimin e botës së bllogut. Secilit person i është dhënë mundësia e krijimit të bllogut personal, pa asnjë shpenzim ose përgatitje të posaçme.

### Çka është bllogu?

Në masë të madhe, ngjason me ueb-faqen, por ka disa veçori të posaçme. Të gjitha bllog-faqet kanë titull dhe çdo regjistrim ka datën e tij, së bashku me mundësinë e komentimit. Në të shumtën e rasteve, bllog-faqja e ka autorin e vet, ndonëse ka edhe bllog-faqe të përbashkëta (korporative). Bllog-faqet e përbashkëta regjistrohen nga disa organizata, por edhe në këto raste, secili artikull ka autor të posaçëm. Bllog-faqet e përbashkëta zakonisht e cekin se idetë e shprehura u takojnë vetë autorëve dhe jo organizatës. Shkrimi në bllog quhet “postim” (artikull) në gjuhën





angleze dhe në gjuhën gjeorgjiane përkthehet si njoftim. Ato azhurnohen rregullisht në bllog dhe radhiten sipas shkrimit të fundit.

Disa prej bllog-autorëve e quajnë veten si gazetarë dhe kjo çështje është kontestuar për disa vite. A mund të quhen bllog-autorët gazetarë? Tani, disa gazetarë kanë bllog-faqet e tyre.

Sot, në disa ngjarje, bllog-autorëve u jepet statusi i njëjtë sikurse edhe gazetarëve. Për shembull, në Panairin e Teknologjive Kompjuterike në vitin 2010, bllog-autorët kishin mundësi të kërkojnë akreditim, ngjashëm si gazetarët. Kështu, bllog-autorët e akredituar i përfituan privilegjet e njëjta sikurse edhe përfaqësuesit e mediave tradicionale – ata kishin mundësi të marrin pjesë edhe në takimet e organizuara enkas për gazetarët dhe specialistët e teknologjisë kompjuterike.

**Shkrimi në bllog quhet "postim" (artikull), që është fjalë angleze dhe do të thotë njoftim në gjuhën gjeorgjiane.**

### Si të krijohet bllogu

Është lehtë të fillohet bllog-faqja – vetëm duhet të regjistroheni në ndonjërin prej platformave falas (p.sh. në blogger.com ose wordpress.com). Pas shfrytëzimit të disa veglave të thjeshta dhe regjistrimit të informatave, bllogu i juaj do të funksionojë brenda një ore. Hapi i ardhshëm është që ta mbushni atë me përmbajtje.

Në disa raste, thjeshtësia e regjistrimit të bllogut ka ndikim mbi cilësinë e tij. Nuk ka kufizime ose rregulla për futjen e përmbajtjes në bllog. Nuk ka standarde për vlerësimin e bllogut, as redaktor për redaktimin e materialit. Varet nga intelijenca dhe vullneti i mirë i bllog-autorit se çka do të publikojë aty. Megjithatë, ka një mekanizëm të besueshëm për vlerësimin e bllogut – popullariteti dhe vlerësimi, gjegjësisht numri i lexuesve. Këshilla ime për bllog-autorët është të tentojnë të jenë fjalëpakë. Njerëzit i urrejnë tekstet e gjata.

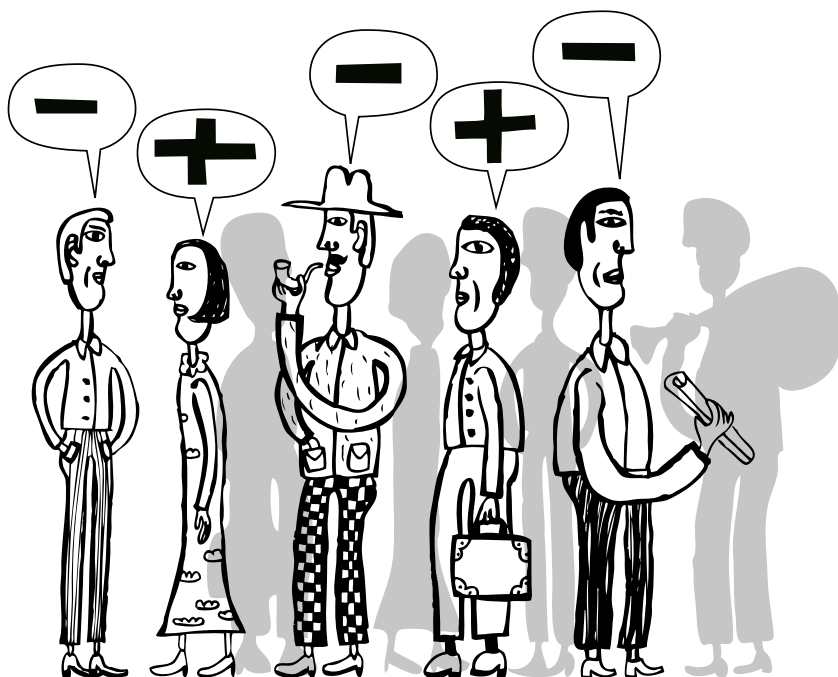


## Superioriteti i bllogut

Në përgjithësi, bllogu krijohet nga individët. Madje edhe në rastin e bllog-faqeve të përbashkëta, artikujt u takojnë autorëve individualë që kanë përgjigje si ne, ata janë njerëz të rëndomtë.

Specialistët e marketingut janë të vetëdijshëm për faktin se njerëzit u besojnë këshillave dhe rekomandimeve të miqve të tyre, më tepër sesa që u besojnë reklamave. Për shembull, kur shohim ndonjë reklamë për telefon celular, ku promovohen përparësitë e prodhimit të ri, mendojmë që “kjo është vetëm reklamë për të arritur shitje, kuptohet se nuk do të tregojë asgjë negative”. Njëherazi, njerëzit mësohen me reklama, meqë i shohin ato çdo ditë. Kjo dukuri njihet si “zhurmë reklamash”. I ngjan dëgjimit të muzikës në mjedis të zhurmshëm, ku reklamat kuptohen vështirë, meqë mjedisi është i mbingarkuar me reklama tjera. Në gjendje të këtilla, këshilla e mikut ka vlerë. Njerëzit u besojnë miqve joprofesionalë më tepër sesa reklamuesve profesionalë dhe kjo është përparësia që e kanë bllog-faqet, kundrejt medieve tradicionale. Bllog-faqet përgatiten nga njerëzit e rëndomtë, njerëzit si ne dhe andaj meritojnë më tepër besim.

Para ca kohësh, edhe ne në Gjeorgji kishim raste ku kompanitë e ndryshme i kërkonin bllog-autorët t’i mbulojnë projektet e tyre. Për shembull, televizioni Rustavi 2 e prezantoi Nichierin si TV program me buxhet të lartë, por organizatorët e zgjodhën bllogun si mjet komunikimi me audiencën, si formë e lirë dhe më e pranueshme për këtë. Projekti shpesh herë sheh diskutime të ashpra mes shikuesve, të cilët i shprehin komentet e tyre në bllog. Kjo rezulton si shumë interesante dhe e dobishme për organizuesit e projektit.





## Përmbledhje:

### Kapitulli VII i përkushtohet bllog-faqeve, duke i shqyrtuar përkufizimet dhe funksionet e tyre.

- a. Termi “bllog” është përdorur për herë të parë nga Peter Merholz.
- b. Bllog-faqet e para janë shfaqur shumë më herët se vetë fjala. Ato kryesisht kanë qenë në formën e ditarit.
- c. Në vitin 1999 ka filluar me punë shërbimi i thjeshtë dhe i lehtë, i quajtur “Blogger”, i cili ka dhënë kontribut të madh në zhvillimin e botës së bllogut dhe shumë njerëzve u ka mundur të krijojnë bllog-faqet e tyre pa pagesë dhe pa përgatitje speciale.
- d. Në Panairin e teknologjive kompjuterike 2010, bllog-autorët kanë pasur mundësi të akreditohen si gazetarë.

## Lidhje interesante:

### Historiku i shkurtër i bllog-faqeve:

[www.blockstar.com/blog/blog\\_timeline.html](http://www.blockstar.com/blog/blog_timeline.html)

## Detyrë:

Meqë tani e keni Facebook llogarinë tuaj, ka ardhur koha të shfaqni fotografi, duke i incizuar ato. Kjo është e thjeshtë, provoni dhe bëjeni vetë. Nëse keni ndonjë problem, kërkoni në Google frazën “How to upload

photos to Facebook” (Si të incizohen fotografi në Facebook) ose thjeshtë “photos to Facebook” (Foto në Facebook). Do të gjeni material të mjaftueshëm.



## Pse emri “bllog”?

Fjala Bllog rrjedh nga fjala Weblog, si bashkim i fjalëve Web (rrjet) dhe Log (ditar), që interpretohet si përmbajtje e rrjetit ose ueb-revistë.

Termi i përshkruhet John Bargerit, i cili e ka përdorur fjalën Weblog për herë të parë në vitin 1997 për ta përshkruar atë që e bën. Fjala e shkurtër “bllog” i takon Peter Merholzit, i cili e ka përdorur atë për herë të parë në bllog-faqen “peterme.com”.

## Bota e bllogut (Blogosphere)

Tani nuk është vështirë t'i shpërndani idetë tuaja në botë – thjeshtë, hapeni një bllog. Fillimisht, interneti ka qenë në dispozicion vetëm për disa qarqe shkencore. Më vonë programuesit kanë filluar të punojnë, në drejtim që ta bëjnë më lehtë të përdorshëm dhe më të kuptueshëm për njerëzit e rëndomtë. Programuesit janë ndihmuar nga dizajnerët dhe në fund është krijuar ueb-hapësira, e cila është shumë e ngjashme me ne.

Sot, individët e rëndomtë nuk kanë nevojë që të angazhojnë dizajner ose programues për ta vendosur përmbajtjen në ueb-faqe. Shumë shfrytëzues kontribuojnë për zhvillimin e pamjes moderne të internetit me anë të ngarkimit të incizimeve të ndryshme në Youtube ose foto dhe bllog-faqe personale në Facebook.

Ju keni dëgjuar shumë në lidhje me bllog-faqet dhe ndoshta keni menduar të krijoni një bllog personal. Ka shumë programe të cilat mund t'ju ndihmojnë ta regjistroni bllog-faqen tuaj.



### Krijimi i bllog-faqes

Blogger është një nga programet më të hershëm në paraqitjen e bllog-faqeve. Është prodhuar nga Pyra Labs (San Francisco) në vitin 1999. Shikoni se çfarë thonë krijuesit e shërbimit: “Ne ishim tre shokë, që punonim për kompani të mëdha në projekte të mërzitshme ku mundoheshim të gjejmë hapësirën tonë në botën e madhe të internetit. Atë që ne e krijuam në atë kohë sot nuk është aq

me rëndësi, por intuita dhe idetë tona na ndihmuan që të krijojmë bllog-faqen që solli shumë sukses”.

Në vitin 2003, internet gjiganti Google e përvetësoi bllog-faqen. Shërbimi ka pësuar shumë ndryshime që nga krijimi i tij. Sot, nëse jeni të pakënaqur nga dizajni standard i bllog-faqes, ju mund të përdorni shabllone të cilët do t'i gjeni në Google ose dizajnë të krijuar nga kompani të tjera ose madje edhe nga vullnetarë. Është interesante që disa nga dizajnet janë aq të mbingarkuar me detaje, sa që nëse përdoren, bllog-faqet do ta humbasin funksionin kryesor – shpërndarjen e informatave.

Bllog-faqet u mundësojnë shfrytëzuesve të bëjnë ndryshime në kodin e

programit të tyre dhe nëse jeni të vetëdijshëm për veglat HTML dhe CSS, ju do të keni mundësi që ta rregulloni pamjen e faqeve.

Ky shërbim i internetit është shumë i thjeshtë, lehtë i përdorshëm dhe jashtëzakonisht i përhapur tek krijuesit gjeorgjian të bllog-faqeve. Më me rëndësi është fakti se është pa pagesë dhe absolutisht i mjaftueshëm për prodhimin standard të bllog-faqeve.



## Wordpress

Wordpress është botuar në vitin 2003. Njëri nga themeluesit, Michel Valdrighi ka punuar në këtë shërbim që nga viti 2000. Wordpress është më funksional dhe më i pasur në tipare se bllog-faqet. Por, gjithashtu është edhe më i komplikuar. Ai ju mundëson të dizajnoni ueb-faqe ose madje edhe ueb-dyqan (web-store). Tiparet kryesore të këtij shërbimi janë pa pagesë, por nëse ju dëshironi të përdorni dizajnë jo-standardë, do të duhet të paguani. Disa funksione shtesë janë gjithashtu me pagesë, p.sh. korrigjim të HTML dhe CSS kodit të bllog-ut.

Wordpress ka më shumë mundësi se bllog-faqet, që lidhen jo vetëm me paraqitjen e bllog-faqes, ndonëse shumë-funksionaliteti e bën më të komplikuar se bllog-faqet. Edhe aktivizimi i disa funksioneve (si i ashtuquajti Viget) është me pagesë.

Wordpress në Gjeorgji, si dhe në mbarë botën, është një nga programet për paraqitjen e bllog-faqeve.



## Live Journal

Live Journal është shërbim i krijimit të bllog-faqeve me theks të veçantë në bashkëveprimin e shfrytëzuesit. Është bashkësi e lidhur në rrjetin e internetit, rrjetin social, ku shfrytëzuesit mund të gjejnë shokë dhe t'u bashkëngjiten komuniteteve. Ngjashëm me shërbimet tjera të paraqitjes së bllog-faqeve, grupet e individëve këtu mund të krijojnë bllog, të shkruajnë komente, shqyrtim të planeve, intervista, etj.

Live Journal është krijuar më 1999 nga Brad Fitzpatrick, si mënyrë ku i ka informuar shokët e shkollës së mesme për të gjitha aktivitetet e tij. Më në fund, Live Journal përfundoi me transformimin nga

ditari personal në një program shumë të suksesshëm.

Në vitin 2005, Live Journal është përvetësuar nga Six Apart dhe në vitin 2007, pronari i shërbimit e ka shpallur shitjen një kompanie ruse për media. Akoma është nën pronën e kompanisë ruse, andaj nuk habit që Live Journal është shumë i përhapur në Rusi.



## Twitter

Twitter shpesh është referuar si program i mikro – bllog-faqes, për arsye se ky shërbim u mundëson shfrytëzuesve të dërgojnë dhe lexojnë porosi deri në 140 shkronja, që njihen si “tweet” (cicërimë).

Fjala Twitter e ka prejardhjen nga fjala angleze “tutting”, që do të thotë cicërimë. Ky shërbim filloi në vitin 2006. Me këtë shërbim, shfrytëzuesit mund të dërgojnë SMS

porosi jo deri te pranuesi konkret, por deri te shfrytëzuesit e internetit.

Politikanët e parë të nivelit të lartë, të cilët filluan t’i përdorin mediat sociale dhe në veçanti Twitter ishte Presidenti i SHBA-ve Barack Obama. Ai, këtë shërbim e ka përdorur më tepër gjatë zgjedhjeve presidenciale. Obama i ka dërguar porosi elektoratit dhe gazetarëve për agjendën e tij të përditshme.

Twitter nuk është shumë i përhapur në Gjeorgji, për shkak të zhvillimit të ulët të internetit në celularë.

### Kapitulli VIII jep analizë të fushës së bllog-faqeve dhe programeve të ndryshme për krijimin e bllog-faqeve:

- a. Krijimi i Blog-faqeve është njëri nga programet më të hershëm në paraqitjen e bllog-faqeve. Kapitulli jep përmbledhje të shkurtër dhe karakteristika teknike.
- b. Tema e ardhshme është Wordpress. Jepet pasqyrë e shkurtër e karakteristیکave teknike dhe historia e zhvillimit, informacionet rreth popullaritetit të Wordpress në Gjeorgji.
- c. Rrjeti tjetër social është Live Journal - histori suksesi që e mbulon rajonin.
- d. Në fund të kapitullit, është folur rreth Twitter-it dhe gjithashtu janë përmendur shkaqet se pse nuk është shumë i përhapur në Gjeorgji.

## Lidhje interesante:

### Programe më të kërkuara për krijimin e bllog-faqeve:

[www.blogger.com](http://www.blogger.com), [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com), [www.livejournal.com](http://www.livejournal.com), [www.twitter.com](http://www.twitter.com).

## Detyrë:

Bëni një kërkim të vogël: shkruani një pyetje në murin tuaj personal në Facebook për atë se cili program është më i mirë për krijimin e bllog-faqeve. Ka shumë gjasa që të merrni përgjigje jo vetëm nga shokët tuaj, por gjithashtu edhe nga shokët e tyre.

Këto të dhëna do t'ju ndihmojnë në zgjedhjen e programit për krijimin e bllog-faqes.



## Bota e bllogut (Blogosphere)

Fjala “blogosphere” do të thotë botë ose bashkësi e bllog-faqeve, duke i marrë parasysh lidhjet mes bllog-faqeve. Me fjalën lidhje i nënkuptojmë lidhjet, komentet, shpërndarjen e postimeve, etj. Bota e bllogut (Blogosphere) gjithashtu nënkupton që krijuesit e bllog-faqeve paraqesin një lloj bashkësie, shoqëri, ku anëtarët e rrjetit social, të cilët janë autorët on-line, krijojnë përmbajtje për bllog-faqet, duke u bazuar në përditshmëri.



### Si të përdoren bllog-faqet në mënyrë efektive

Interneti dalëngadalë bëhet pasqyrë e realitet tonë. Gjithçka që na rrethon është në dispozicion në këtë rrjet. Jo vetëm që mund të blejmë rroba, libra, vetura dhe pjesë rezerve on-line, por mund të krijojmë edhe marrëdhënie me të tjerët. Nevojitet vetëm një moment për shpërndarjen e thashethemeve dhe fakteve të vërteta. Njerëzit krijojnë shoqëri të reja dhe i humbasin shokët e vjetër. Me një kërkim të thjeshtë mund të identifikohet si jeton individi dhe mbarë njerëzimi.

Ky lloj i statistikave dhe analizave sigurohet përmes sistemeve kërkuese, me qëllim që t'u ofrojë klientëve të tyre shërbime të reja. P.sh. Google ka një bazë të gjerë të të dhënave për aktivitetin e klientëve të vet - informata se kur kërkohen dhe çfarë kërkohen nga kompjuteri i tyre. Me sa duket, këto informata janë në interes për strukturat e Shteteve të Bashkuara, por administrimi i Google na siguron për privatësinë e klientëve. Ata thonë se asnjëherë nuk i incizojnë informatat e fshehta të klientëve, ndonëse disa njerëz, veçanërisht ata që i pëlqejnë teoritë e konspiracionit, dyshojnë në deklaratat e këtilla.

Interneti është duke e zgjeruar ekzistimin e tij me hapa të shpejtë, por akoma është një hapësirë pa pagesë. Interneti nuk ka një qendër prej ku mund të mbyllet ose të rregullohet. Çdo person mund të vendosë përmbajtje



YouTube

të ndryshme dhe t'ua mundësojë këtë të tjerëve. Sidoqoftë, jo të gjitha shtetet janë të kënaqura nga kjo liri. Disa prej tyre madje kanë vendosur censurë të llojeve të ndryshme.

### **Turqia**

Mos provoni të kyçeni në Youtube nëse gjendeni në Turqi. Ky video shërbim është i bllokuar në gjithë territorin e Turqisë. Gjykata turke ka dërguar vendim urgjent deri te të gjithë furnizuesit në Turqi me kërkesë që ta bllokojnë programin Youtube për të gjithë shfrytëzuesit e tyre. Vendimi i gjykatës ishte bazuar në Youtube incizimet ku ishte ofenduar Mustafa Kemal Atatürk.

Në realitet, me këtë vendim, disa nga autoritetet dëshironin ta demonstrojnë fuqinë e tyre: “kujdes, se mund të ndalojmë çdo gjë nëse nuk sillemi mirë”. Por, duhet të ceket se gjendja me censurimin e internet faqeve është akoma më e keqe në disa shtete të tjera. Nëse personi ka shkathtësi teknologjike, ai mund t'i vizitojë ueb-faqet e bllokuara.

### **Irani**

Liria e internetit ka më shumë probleme në Iran, ku shumë ueb-faqe dhe shërbime të internetit janë bllokuar dhe të gjithë krijuesit e bllog-faqeve janë të obliguar të regjistrohen në Ministrinë e Kulturës dhe Artit. Në këtë mënyrë, autoritetet shtetërore kanë më tepër kontroll mbi bllog-faqet. Për ta demonstruar situatën e përgjithshme mjafton të përmendet vdekja e njërit prej krijuesve të bllog-faqeve më 18 mars 2009. Në vitin 2008, Mir Sayafi u dënua me dy vjet e gjysmë burgim, me pretendimin se e ka ofenduar udhëheqësin fetar, si dhe për angazhim në propagandën kundër Republikës Islamike të Iranit, përmes publikimit të materialeve ofenduese. Zyrtarët u kanë thënë familjarëve se Mir Sayafi ka kryer vetëvrasje.

Në qershor të vitit 2009, popullata iraniane i refuzoi të dhënat zyrtare të zgjedhjeve dhe ata ishin të mendimit se rezultatet ishin të pavërteta. Valët e protestave i përçollën zgjedhjet. Debatet e rënda dhe diskutimet kaluan në internet forumet dhe bllog-faqet, gjë që rezultoi me bllokimin e Internetit. Njerëzit u detyruan të përdorin SMS porosi për të shpërndarë informata. Në këtë mënyrë, SMS porositë u shndërruan në burim të vetëm objektiv të informatave.

Pavarësisht nga kjo, edhe vetë Presidenti i Iranit i shfrytëzon në mënyrë aktive tribunat virtuale. Ai madje ka bllog dhe ueb-faqen e tij personale.

### **Turkmenistani**

Censurimi i Internetit është më i “butë” në Turkmenistan. Pothuajse nuk ka fare internet. Në fushatën e zgjedhjeve presidenciale, presidenti aktual i Turkmenistanit, Gurbanguly Berdimuhamedov i premtojë popullatës se do t'i lirojë nga izolimi i internetit dhe në vitin 2007, ai e hapi internet kafenenë e parë. Por, kjo ishte e mbrojtur nga ushtarët dhe ka shumë mundësi të ishte e kontrolluar nga shërbimet speciale përmes dritareve të objekteve fqinje. Pagesa e shërbimeve të internetit është aq e kushtueshme, sa që vetëm kompanitë e huaja dhe disa vendas mund t'ia lejojnë vetes.

**Krijuesi iranian i bllog-faqes Omidreza Mirasyafi ka vdekur në burg në vitin 2008**







### Kuba

Censurimi i Internetit, në anën tjetër të planetit, është gjithashtu problem i ngjashëm. Depërtimi i Internetit është shumë i ulët në Kuba, ngjashëm si-kurse në Turkmenistan. Njëra nga arsytet është gjendja e rëndë ekonomike.

(Yoani Sanchez)

Yoani Sanchez, krijuesja kubaneze e bllog-faqes shkruan artikuj mbi situatën në vendin e saj. Me shumë mundime, ajo publikon artikuj të ri në bllog-faqen e saj. Kuba është shtet turistik dhe interneti nuk është problem në hotelet për turistë, por vendasit nuk e kanë të lehtë qasjen në këto vende. Prandaj, Yoani duhet fshehurazi të afrohet deri në vendet e këtilla dhe t'i publikojë artikujt në bllog-faqen e saj.

Në nëntor të vitit 2009, Barack Obama, Presidenti i SHBA-ve, shkroi një koment në bllog-faqen e Sanchez. Më vonë, ky koment u shpërnda në shumë media ndërkombëtare. Barack Obama shkroi se bllog-faqja e saj “është një dritare e vetme për botën ku tregohet realiteti i përditshëm i Kubës”, duke i përgëzuar përpjekjet e saj që t'i nxisë shokët kubanezë në shprehjen përmes teknologjisë.

### Kina

Interneti është shumë i zhvilluar në Kinë. Ka mbi 300 milionë shfrytëzues, si dhe një program shumë efikas për censurim që filtron pothuajse gjithçka. Përmbajtjet e padëshiruara fshihen, kurse krijuesit e bllog-faqeve që shkruajnë gjëra të padëshiruara, përfundojnë në burg.

Deri më tani janë burgosur 24 publicistë.

Në vitin 2010 kishte një skandal të madh ndërmjet Google-it, kërkuesit më të madh dhe Qeverisë kineze. Google refuzoi ta bëjë filtrimin e rezultateve të kërkimeve. Qeveria e Kinës rregullisht ia ka dërguar Google-it listën e faqeve të cilat duhen



të largohen nga sistemi kërkues, përkatësisht kur klienti të kërkojë ndonjë faqe, sistemi i programit kërkues të mos i hap ato. Thjeshtë, ato të mos ekzistojnë në sistemin e programit kërkues.

### Rusia jonë fqinje

Ndonëse Qeveria e Rusisë e bën maksimumin që të imponojë disa kufizime dhe censurime të internetit, për dallim nga disa media tjera, ai akoma është shërbim i hapur. Sidoqoftë, aktiviteti i Internetit në Rusi lidhet me disa rreziqe. Për shembull, në vitin 2008 në Dagestan u vra pronari i famshëm i burimit të internetit *Ингушети.ру*. Ky burim ishte i famshëm për kritikën anti-qeveritare, prandaj versioni zyrtar për vdekjen e tij ishte përjashtuar që nga momenti i parë. Ministria e Punëve të Brendshme deklaroi se ka qenë një rast i pakujdesisë, ku truproja e presidentit të Dagestanit ka gjuajtur me armë.

Në vitin 2010, gjatë zjarreve të famshëm në Rusi, kritikën ndaj qeverisë mund të gjendeshin vetëm në Internet. Njerëzit në Internet krijuan bashkësi, shpërndanin informata dhe pranonin donacione për viktimat. Kjo përpjekje shkaktoi një reagim të madh, që Kryeministri Putin la një koment në një bllog-faqe. Ishte një koment goxha i madh, ku më tepër dukej si një përgjigje zyrtare e dhënë nga ana e përgjegjësit për shtyp, sesa një përgjigje konkrete nga Kryeministri.

E gjithë bota e bllog-faqeve të Rusisë e ka shpërndarë gabimin e bërë rastësisht nga ana e Përgjegjësit për shtyp të Putinit. Agjencitë kryesore të lajmeve (Interfax, Intertas) e përhapën lajmin se Kryeministri i guximshëm luftoi kundër zjarrit nga një transportues amfib, që drejtohej nga Putini. Deklarata e Përgjegjësit për shtyp e kishte përmendur emrin **Ambition** (ambicie) dhe jo **Amphibia** (amfib). Ky gabim u korrigjua shpejtë, por informata tashmë ishte përhapur.

**Muhamed Evloev, pronari i Ингушети .ру u vra në Dagestan në vitin 2008. Burimi i tij i Internetit shpeshherë e ka kritikuar qeverinë, andaj versioni zyrtar për vdekjen e tij ishte refuzuar që në fillim.**



## Përmbledhje:

### Kapitulli IX jep shembuj ndërkombëtarë mbi efikasitetin e bllog-faqeve:

- a. Në këtë kapitull analizohen statet e zhvillimit, censurimi dhe problemet në lidhje me mediat sociale, në kontekst rajonal.
- b. Fillimisht u diskutua Turqia, ku Youtube është i ndaluar.
- c. Është shumë interesante të shihen mediat sociale dhe fati ose roli i krijuesve të tyre në Iran.
- d. Në pjesët e fundit diskutohet censurimi i Internetit dhe kufizimi i mediave sociale sa i përket Turkmenistanit, Kubës, Kinës dhe Rusisë.

## Lidhje interesante:

### Artikulli rreth censurimit të internetit:

[en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_censorship](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_censorship)

## Detyrë:

Gjej informata rreth censurimit të internetit me ndihmën e on-line enciklopedisë - Wikipedia. Shkruaj një postim, në lidhje me censurimin e Internetit, qoftë për bllog-

faqen tënde të vërtetë apo të imagjinuar. Informatat në vijim mund të jenë të dobishme në këtë drejtim.



## Censurimi i Internetit

Interneti është rrjet që i lidhë kompjuterët e ndryshëm me njëri tjetrin. Interneti nuk ka drejtor - është rrjet i hapur pa ndonjë pronar të veçantë. Ai u përket të gjithëve. Censurimi i internetit mund të bëhet në disa segmente të ndara. Për shembull, në Turqi, Qeveria ka marrë vendim për ndalimin e Youtube-it përmes gjyqit, duke u dërguar të gjithëve njoftim për bllokimin e Youtube-it në gjithë territorin e Turqisë.

Sipas hulumtimit të Organizatës Ndërkombëtare Raportuesit pa Kufij, gjatë vitit 2008, janë bllokuar ose mbyllur 1740 ueb-faqe në mbarë botën, 105 krijues të bllog-faqeve kanë pësuar për shkak të përmbajtjeve të vendosura në internet (njëri prej bllog-autorëve është vrarë), 59 janë burgosur dhe 45 janë keqtrajtuar fizikisht.

# Ushtrim praktik



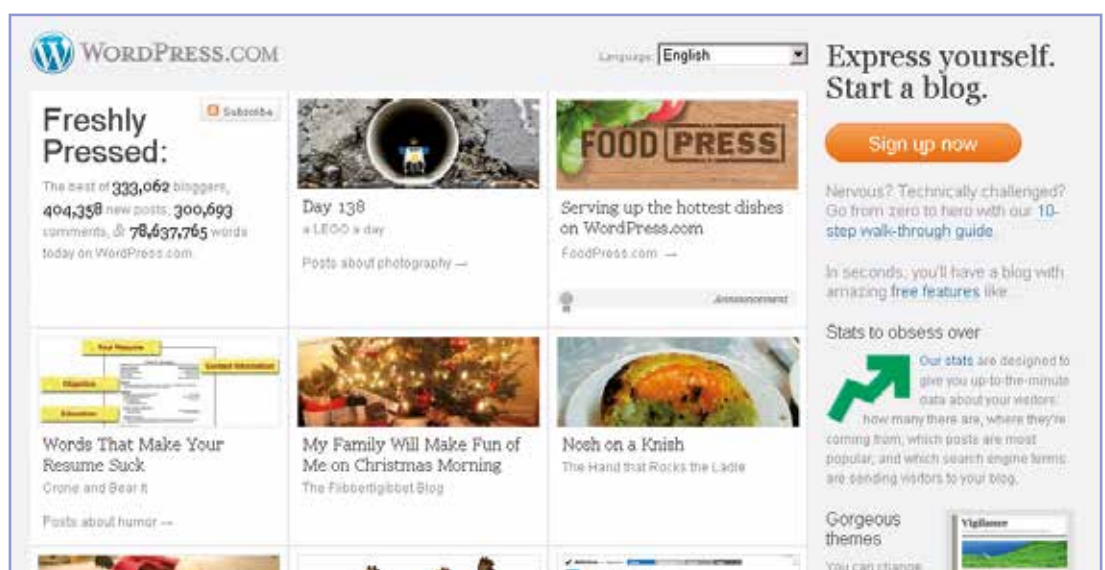
## Përmbajtja e sistemit udhëheqës

Wordpress ka një sistem të zhvilluar dhe të organizuar mirë të programit kompjuterik, që e lejon menaxhimin e përmbajtjes, gjegjësisht krijuesi i bllog-faqes ka qasje në panelin drejtues dhe mund të publikojë, shtojë dhe modifikojë përmbajtje, të publikojë foto dhe incizime të ndryshme, t'i menaxhojë komentet e shfrytëzuesve, ta ndryshojë dizajnin e bllog-faqes, etj. Përmbajtja e sistemit drejtues është paneli menaxhues.

Përmbajtja e sistemit menaxhues të Wordpress-it u lejon shfrytëzuesve ta sistemojnë jo vetëm bllog-faqen e tyre, por edhe ueb-faqet më të vështira, madje edhe ueb-dyqanet (web-store).

## Si ta regjistroni bllog-faqen në Wordpress

Wordpress ka sistem shumë të thjeshtë të regjistrimit. Gjithçka që nevojitet është ta hapni ueb-faqen [www.Wordpress.com](http://www.Wordpress.com) dhe të zgjidhni gjuhën. Ka një ndërfaqe gjeorgjiane, jo të përkthyer tërësisht si në Facebook. Andaj , për t'i evituar moskuptimet, është mirë që të përdoret menja në anglisht.



Klikoni në Sign-up Now (regjistrohu tani) dhe plotësoni fushat përkatëse.

The image shows the WordPress.com sign-up page. At the top, there's a navigation bar with links: Home, Sign Up, Features, News, About Us, and Advanced. The main heading is "Get your own WordPress.com account in seconds". Below it, a subtext says "Fill out this one-step form and you'll be blogging seconds later!". The form consists of five numbered steps on the left, each corresponding to a field on the right:

- 1 Blog Address:** A text input field followed by ".wordpress.com". A link "Want your own domain?" is below it. To the right, instructions say: "Choose a wordpress.com address or get your own URL with a custom domain name. (?) Sign up for just a username."
- 2 Username:** A text input field. To the right, instructions say: "At least 4 characters. Lowercase letters and numbers only."
- 3 Password:** A text input field. To the right, instructions say: "Use a mix of upper and lowercase characters to create a strong password. If your password isn't strong enough, you won't be able to continue with signup."
- 4 Confirm:** A text input field for confirming the password.
- 5 E-mail Address:** A text input field. To the right, instructions say: "We send important administration notices to this address." Below the field is a checkbox: "Subscribe to our blog to learn about new themes, features, and other news."

At the bottom of the form is an orange "Sign up →" button and a line of text: "You agree to the fascinating terms of service by submitting this form."

1

Blog URL – adresa juaj duhet të jetë e veçantë. Nëse ID i zgjedhur tashmë ekziston, duhet të zgjidhni një tjetër për bllog-faqen tuaj.

2

Username (emri i shfrytëzuesit) – emri me të cilin do të mund të futeni në bllog-faqen e panelit menaxhues.

3

Password (fjalëkalimi) – password (fjalëkalimi) juaj

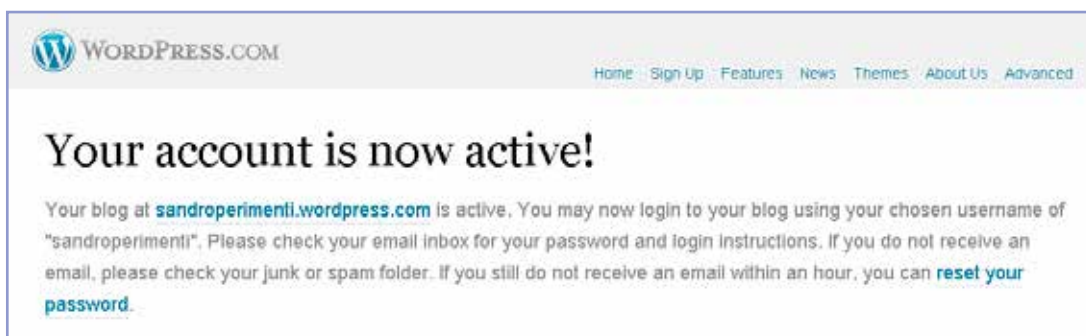
4

Confirm (konfirmim) – përsëriteni password-in (fjalëkalimi)

5

E-mail address (adresa e postës elektronike) – adresa e juaj e postës elektronike

Pas plotësimit të të gjitha fushave, klikoni Sign up (regjistrohu). Mbylleni dritaren që hapet menjëherë pas Sign up (regjistrohu) dhe kontrolloni e-mail (postën elektronike). Për gjysmë ore, Wordpress do t'u dërgojë një letër me një lidhje. Duke klikuar mbi lidhjen, do të drejtoheni drejt faqes së re, ku do të njoftoheni se bllog-faqja e juaj është aktive: Your account is now Active!



Urime, tani jeni pronar i një bllog-faqes!



Në të ardhmen, për regjistrim në panelin e bllog-faqes menaxhuese, vizitoni [wordpress.com](https://wordpress.com) dhe regjistrohuni duke klikuar në password (fjalëkalimi) në krye të faqes.



## Rrjetet sociale – e kaluara, e tashmja dhe e ardhmja

### **Kapitulli X Gjashtë shkallët e ndarjes**

Pse rrjetet sociale janë aq të popullarizuara?

### **Kapitulli XI Nga historia e rrjeteve sociale**

Paralelet me historinë e botës

### **Kapitulli XII Facebook**

Rrëfimi mbi themelimin, fakte interesante, Z. Zukerberg – Miliarderi më i ri në botë

### **Kapitulli XIII Fuqia e njerëzve**

Ushahidi, BarCamp dhe tjerë  
Projektet e orientuara drejt “Crowd-sourcing”

### **Ushtrim praktik**

Menaxhimi i informative personale në Facebook



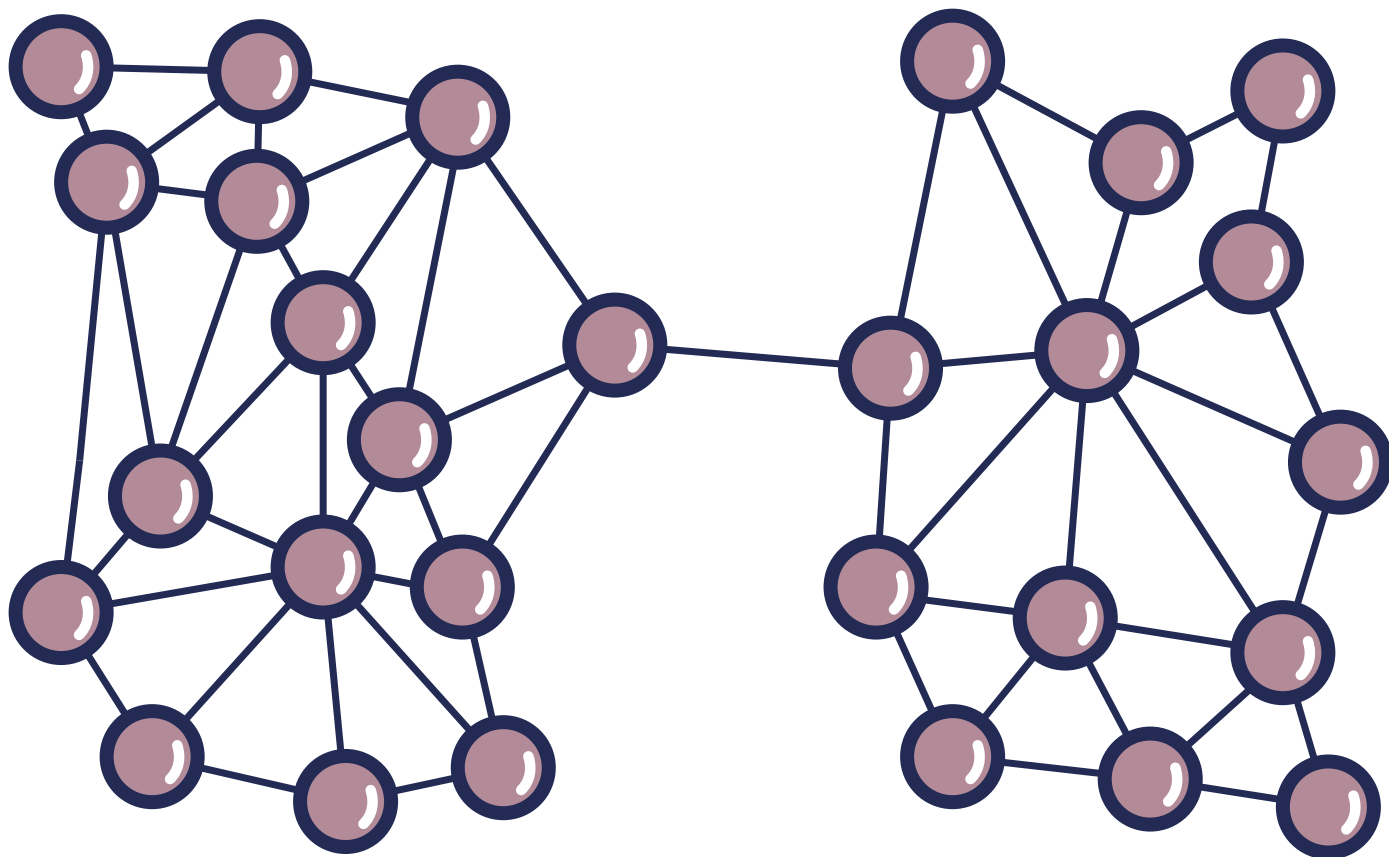


## Gjashtë shkallët e ndarjes

Tradicionalisht, njerëzit preferojnë të krijojnë dhe t'u bashkëngjiten grupeve. Para shumë kohësh, grupet e para të njerëzve ndërtonin qytete dhe gradualisht, këto qytete i transformuan në shtete. Shtetet e para nuk kanë qenë më të mëdha se qytetet. Më vonë, numri i qyteteve – shtete u bashkuan në një shtet të madh ku u zhvillua vetëdija nacionale. Disa nga grupet krijuan kombe pa asnjë qytet ose shtet. Ata thjeshtë e filluan okupimin e shteteve të tjera. Brenda çdo qyteti, shteti ose kombi, njerëzit ndaheshin në grupe sociale dhe konfrontimi mes tyre dukej pa fund. Ata kanë komunikuar me fjalë, letra, libra.... Ndonjëherë, gjuha e komunikimit mes anëtarëve të grupit ka qenë absolutisht joadekuate. Ata kanë qenë njerëz të bashkuar për qëllime të këqija, që është vërtetuar nga historia shumë-shekullore e luftërave mes kombeve. Disa grupe sociale ose religjioze kanë qenë më prestigjioze se të tjerat. Me kalimin e kohës, shumë grupe e kanë zëvendësuar njëra tjetrën, i kanë shkëmbyer vendet – ato më aktivet u zëvendësuan nga më pak aktivet dhe numri rritej. Koha kalonte dhe gjithçka u ngatërrua. Njerëzit filluan të zbulojnë forma të reja të komunikimit dhe ndërtimit të marrëdhënieve. Në pjesën e dytë të shekullit XX, njerëzit e zbuluan rrjetin e ri komunikues – internetin. Në fillim, ky zbulim super modern është kufizuar në shkëmbimin e informative mes universiteteve të teknologjisë së lartë, por më vonë është mundësuar për të gjithë.

Mënyra e re e komunikimit – Interneti krijoi forma të reja për grupimin e njerëzve. Çfarë bëjmë në internet sot? Njëjtë sikurse edhe më parë, kërkojmë

**Në figurën në vijim, njerëzit shënohen me shenja dhe vijat i lidhin mes vete. Ky lloj i bashkësisë së njerëzve, gjegjësisht sistemi kompleks i korrelacionit të vijëzave, quhet rrjet social.**



njerëz të të njëjtit mendim dhe komunikojmë me ta, u bashkëngjitemi grupeve të ndryshme dhe grindemi.

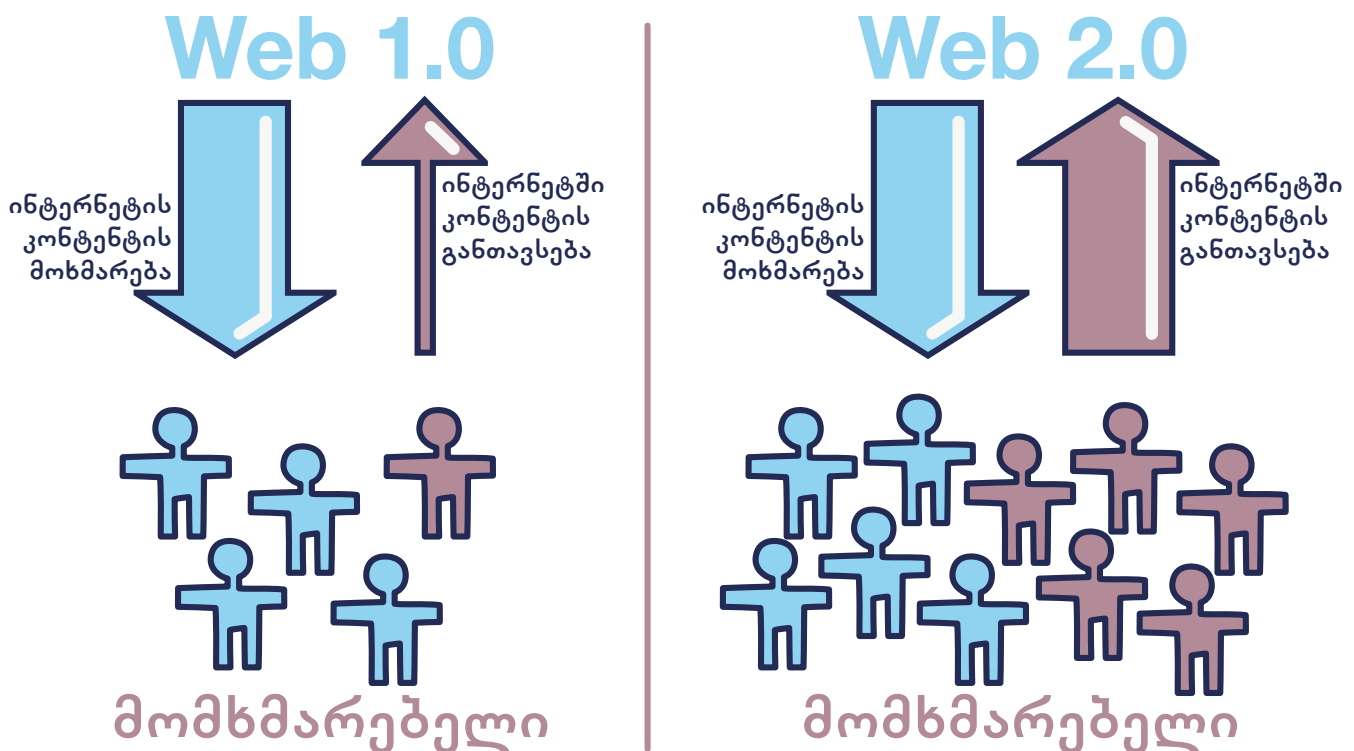
### Rrjetet sociale

Termi “Rrjetet sociale” nuk është shumë i vjetër. Në vitet 1930, sociologët amerikanë i kanë hulumtuar marrëdhëniet dhe lidhjet mes njerëzve, duke i shprehur lidhjet e tilla përmes sociogrameve, që janë lloje të diagrameve. Njerëzit janë paraqitur me shenja dhe lidhje mes tyre me vijëza. Bashkësia e njerëzve e paraqitur në këtë mënyrë është quajtur rrjet social.

Rrjetet sociale, më vonë, kanë kaluar nga sociologjia në internet, që do të thotë në ueb-faqet e mbushura me përmbajtje nga ana e shfrytëzuesve. Këto ueb-faqe paraqesin një lloj të rrethit social ku njerëzit, me interesa të ngjashme mund, të vendosin lidhje mes vete, shpërndajnë informata dhe shprehje të tjera. Rrjetet sociale kanë fituar një popullaritet të madh, siç është Facebook-u. Numri i shfrytëzuesve tanimë e ka kaluar shifrën e 500 milionëve, duke e bërë pronarin Mark Zuckerberg miliarderin më të ri në botë. Me gjasë, zhvillimi i Internetit ka kontribuar shumë drejt krijimit të rrjeteve sociale; veçanërisht zhvillimi i Web 2.0.

### Web 2.0

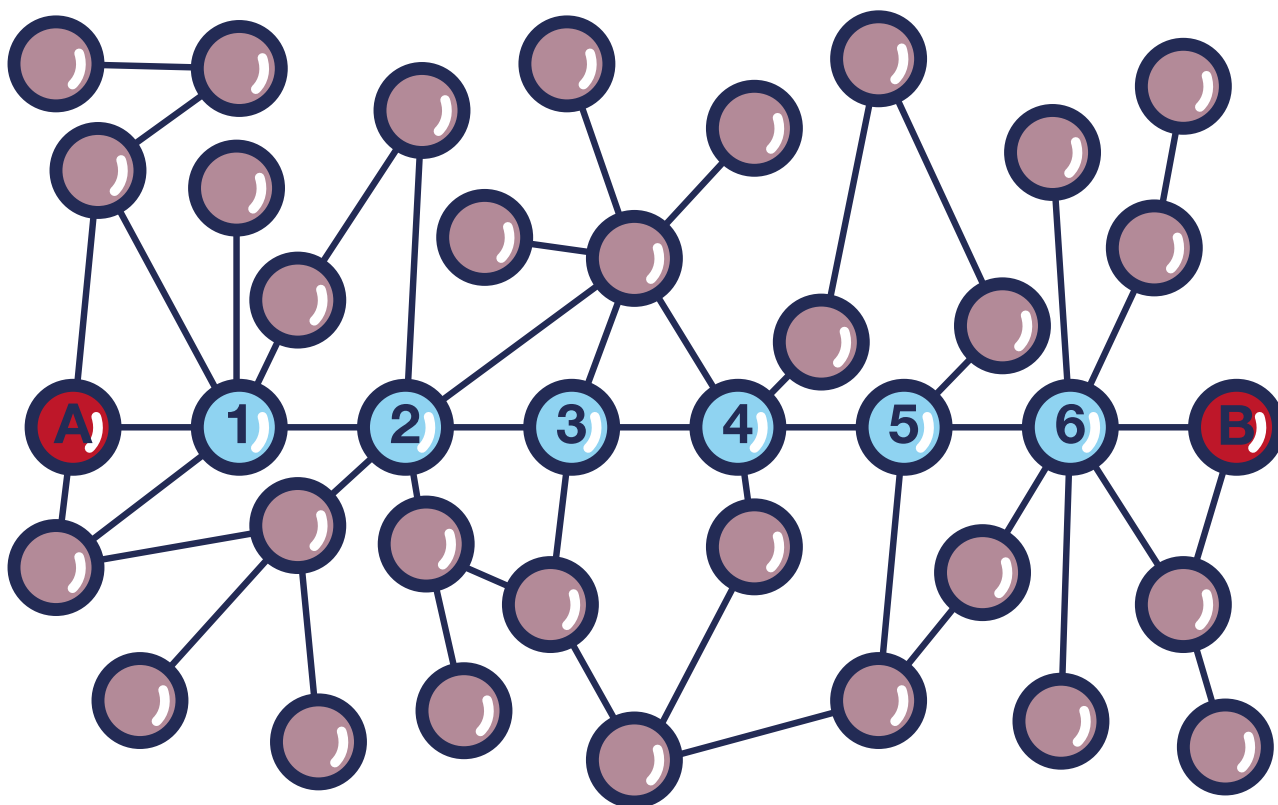
Web 2.0 nuk është emër i posaçëm i ndonjë shërbimi ose teknologjie të Internetit. Ai është emër i një etape zhvillimore të Internetit modern. Shërbimet e Internetit dhe ueb-faqet kanë funksionuar si burime tradicionale të mediave. Për shembull, kur televizioni transmeton program, ai e kontrollon kohën, që do të thotë se çdo program e ka kohën specifike të shfaqjes dhe mund të shikohet vetëm në atë kohë. Më tej, televizioni e transmeton vetëm atë që është interesant për audiencën. Kurse, në Web 2.0, shfrytëzuesi mund të zgjedhë atë që dëshiron të shikojë dhe atëherë kur dëshiron ta shikoj. Youtube-i është një shembull i mirë. Nuk ka orar ditor dhe shikuesit mund të zgjedhin çfarë dëshirojnë të shikojnë. Për më tepër, shfrytëzu-



esit krijojnë produkte për të tjerët. Video-t në Youtube janë të vendosura nga klientët.

### Dukuria e botës së vogël

Sociologu amerikan Stanley Milgram ka qenë adhuruesi i eksperimenteve. Ai ka vendosur t'i studiojë lidhjet mes njerëzve, duke arritur në një përfundim shumë ekskluziv dhe të papritur. Miligram dhe kolegët e tij u kanë shpërndarë rreth 300 zarfe banorëve me përzgjedhje të rastësishme në një qytet të vogël. Prej tyre është kërkuar ta përcjellin pakon deri te shoku ose ndonjë i njohur i tyre, për të cilin kanë menduar se do t'ia sjell pakon më afër individit të fundit të caktuar. Eksperimenti nuk ka lejuar që pakot të dërgohen me anë të postës. Adresat e zarfeve kanë qenë tek personat e posaçëm që jetonin në qytete tjera. Rruga e kaluar nga pakoja në këtë mënyrë,



rezultoi të jetë shumë e shkurtër. Kështu ka lindur teoria Gjashtë shkallët e ndarjes (Six Degrees of Separation). Studimi i rezultateve ka treguar që sipas mënyrës së prezantimit, çdokush dhe gjithçka në planetin tonë është gjashtë ose më pak hapa larg, nga cilido person në botë. Kështu, ju jeni vetëm gjashtë hapa larg Presidentit të SHBA-ve, vetëm gjashtë të njohur qëndrojnë mes jush.

Kjo është bukuria e rrjeteve sociale. Lajmi i shpërndarë me një shok online mund të arrijë në gjithë botën dhe të jetë në dispozicion tek të gjithë shfrytëzuesit e rrjeteve sociale.

**Kapitulli X tenton ta zgjidhë enigmën dhe t'i identifikojë arsyet e popullaritetit të madh të rrjeteve sociale.**

- a. Mënyrat e reja të komunikimit, Interneti krijoi forma të reja për grupimin e njerëzve. Çka bën njeriu në Internet sot? Të njëjtën si edhe në të kaluarën – ndërton lidhje shoqërore ose bashkëngjitet në grupe dhe grindet...
- b. Në vitet 1930, sociologët amerikanë i kanë hulumtuar marrëdhëniet dhe lidhjet mes njerëzve, duke i shprehur lidhjet e tilla përmes sociogrameve, të cilët janë lloje të diagrameve. Njerëzit janë paraqitur me shenja dhe lidhja mes tyre me vijëza. Bashkësia e njerëzve, e paraqitur në këtë mënyrë, është quajtur rrjet social.
- c. Studimi i rezultateve ka treguar se sipas mënyrës së prezantimit, çdokush dhe gjithçka në planetin tonë është gjashtë ose më pak hapa larg, nga cilido person në botë.

**Lidhje interesante:**

**Ueb-faqja e Stanley Milgram:**

[www.stanleymilgram.com](http://www.stanleymilgram.com)

**Detyrë:**

Tani keni bllog-faqen tuaj dhe shumë informata të siguruar nga kapitujt e mëparshëm. Është koha që eksperiencën

tuaj ta ndani me të tjerët dhe ta bëni shkrimin e parë në bllog-faqen tuaj.



## Gjashtë shkallët e ndarjes

Studimi i rezultateve ka treguar se sipas mënyrës së prezantimit, çdokush dhe gjithçka në planetin tonë është gjashtë ose më pak hapa larg, nga cilido person në botë. Kështu, ju jeni vetëm gjashtë hapa larg Presidentit të SHBA-ve, vetëm gjashtë të njohur qëndrojnë mes jush.

Rrjetet sociale në parim funksionojnë në mënyrë të njëjtë. Në teori, shkrimet tuaja mund të shpërndahen nga shokët tuaj, shokët e tyre dhe kështu, mund të arrijnë tek të gjithë shfrytëzuesit e rrjeteve sociale në mbarë botën.

## Nga historia e rrjeteve sociale

Është zbavitëse të kërkonti ngjashmëri në të kaluarën. Po e filluat këtë detyrë, do të fitoni përshtypje se asgjë nuk ka ndryshuar dhe nuk ka gjë që njeriu nuk e ka zbuluar. Por, në anën tjetër, njerëzimi ecë tutje dhe teknologjitë e reja futen në jetën tonë. A do të kishit menduar ndonjëherë se bllog-faqet dhe rrjetet sociale kanë pasur diçka të ngjashme në të kaluarën? Në fakt, kjo është e vërtetë. Produktet që duken shumë bashkëkohore kanë prototip në të kaluarën. Thënia gjeorgjiane, që gjithçka e re është e vjetra e harruar, e arsyeton këtë.

### Qyteti ndër hirin e vullkanit

Deri në vitin 79, Pompei e ka jetuar jetën e një qyteti të rëndomtë dhe për një moment ka shpërthyer vullkani në afërsi, duke e mbuluar Pompein. Kjo ka ndodhur aq shpejt, sa që njerëzit nuk kanë pasur kohë t'i braktisin shtëpitë e tyre. Çdo shtëpi, çdo gjë dhe njerëzit, pothuajse gjithçka përnjëherë është mbuluar me hi. Me vite dhe shekuj, askush nuk e ka mbajtur mend qytetin e ruajtur nga natyra deri në shekulli XVIII, kur qyteti është gjallëruar përsëri. Shtresa e parë e mbrojtur mirë e qytetit u ka ofruar arkeologëve, historianëve dhe klasikëve një pikëpamje të paparë të botës së lashtë – që ka ngecur në kohë gjatë një dite të zakonshme. Rebecca Benefiel ka qenë njëra prej hulumtuesve. Ajo punon për Universitetin Lee dhe Universitetin e Uashingtonit. I ka studiuar shkrimet dhe figurat e ngelura në muret e qytetit të Pompeit, mbishkrime antike.

Rebecca beson se grafiti ka qenë formë e respektuar e të shkruarit, shpeshherë interaktive. Kjo nuk ka qenë vetëm një hobi për njerëzit e kësaj periudhe antike. Njerëzit e të gjitha shtresave, përfshirë të pasurit, të varfrit,

**Grafitë antikë mbi muret e qytetit të Pompeit**







**Në vitin 79, shpërthimi i vullkanit e ka mbuluar Pompein me hi. Shekuj me radhë, askush nuk ka treguar interesim për qytetin e konservuar.**

skllëvërit ose njerëzit e lirë, të gjithë kanë qenë të përfshirë në mbishkrimet dhe kjo nuk ka qenë aspak e turpshme. Për ta vërtetuar tezën e saj, Rebecca siguroi një shembull të shkrimeve në muret e një ndërtese elite katërkatëshe. Grafitët kanë qenë shumë të qartë në mure, disa kanë qenë përshëndetje nga shokët; me kujdes kanë qenë të gdhendur rreth skajeve të freskës në dhomën më të mirë të shtëpisë. Në muret e shkallëve, njerëzit kanë shkruar thënie dhe poema të njohura dhe i kanë shtuar thëniet e tyre. Siç duket, kanë pasur gara poetësh.

**Grafitët janë zbuluar në kuzhinë, në dhomat e shërbëtorëve dhe në shumë pjesë të tjera të qytetit:**

Këto janë disa shembuj:

**Grafiti i gdhendur në njërën nga portet:** “Marcussi e dashuron Spenduzën”

**Shkrimet në korridoret e hapura të shtëpisë së Pinarias:** “Unë nuk do ta shes burrin tim, madje as për floririn e botës”

**Ndërmjet dy dyerve të shtëpisë së Verusit:** “Secundus përshëndet shokët e tij”

**Në dalje të teatrit:** “Metes, skllavi i Caminiusit e do Cresusin. Let Veneral, Mbrojtësi i Pompeit, të bekuar qofshi dhe jetoni në harmoni”

**Në rrugën e teatrit:** “Një tigan i vogël është zhdukur nga dyqani im. Personi që do ta gjejë, do të shpërblehet me 65 sestertius dhe me 20 sestertius shtesë për informatat në lidhje me vjedhësin”

Grafiti në mur mund të lexohet qartë edhe pas shumë shekujve, që tregon se ky aktivitet, i amatorëve të talentuar, nuk ka qenë i ndaluar. Rebecca tregon se rrugët e Pompeit duken si një tabelë e madhe për reklamë, ku banorët zbaviten me lojëra interaktive. Por, ajo që është më interesante – të gjitha shtresat e njerëzve kanë qenë të përfshirë në lojë dhe kjo e ka bërë atë më interesante.

### Facebook antik

Ju me siguri e keni vërejtur se grafiti interaktiv në qytetin e Pompeit i ngjan shumë Facebook-ut. Ne të gjithë e dimë faqen e shfrytëzuesit personal në Facebook, ku të gjitha njoftimet dhe fotot janë të vendosura në atë që quhet Mur (Wall). Ngjashëm me Pompein e vjetër, në botën moderne të Facebook-ut, shfrytëzuesit vendosin komentet e tyre tek muri ose tek shokët. Disa komente dalin nga çdo kontekst, duke kërkuar diçka ose këshilluar dikë. Ndonjëherë, në murin virtual ndodhin diskutimet “të nxehta”.

Pavarësisht se çka mund të krijojë njerëzimi ose çfarë progresi mund të ketë, ne jemi akoma të rrethuar nga dëshirat njerëzore dhe e reja, në fakt,

është e vjetra e harruar.

### Muret virtuale

Aristoteli ka thënë se njeriu është kafshë shoqërore. Kjo ide duket më e përshtatshme dhe më e besuar në epokën e Internetit. Interneti ka filluar me zhvillimin e tij në vitet e hershme të dhjetëvjeçarit 1950. Në fazën fillestare, Interneti ka qenë komplikuar për të punuar dhe vetëm shkencëtarët kanë mundur ta menaxhojnë. Gradualisht, me zhvillimin e teknologjisë dhe me mundin e disa njerëzve, Interneti është ky që është sot, një rrjet ku rrjetet sociale marrin hapësirë të madhe. Njerëzimi ka punuar shumë që ta vërtetojë thënien e filozofit të vjetër grek para shumë kohësh.

Rrjeti social është një lloj i bashkësisë ku njerëzit me interesa të ngjashme komunikojnë dhe i ndajnë informatat mes vete. Në realitet, është një vend virtual ku mblidhen njerëzit me shokët e tyre dhe i shikojnë fotot, bisedojnë, diskutojnë për tema të ndryshme, gjejnë shok të ri.... Ata argëtohen. Facebook-u është rrjeti më i popullarizuar social në Gjeorgji si dhe në mbarë botën. Po të ishte shtet, Facebook-u do të ishte shteti i tretë më i madh për nga popullsia.

Pjesës më të madhe të shoqërisë të shteteve të ndryshme, që kanë shënuar progres në segmentin e internetit dhe kanë filluar me shfrytëzimin e rrjeteve sociale, u janë bashkëngjitur edhe politikanët dhe udhëheqësit shpirtërorë. Ata janë gjithmonë atje ku janë njerëzit. Politikani i parë i nivelit të lartë i cili filloi në mënyrë aktive t'i përdorë rrjetet sociale ishte Barack Obama dhe Facebook-u nuk ishte rrjeti i vetëm social që e përdori. Në fushatën e tij presidenciale, ai në mënyrë aktive e ka përdorur Twitter-in, një shërbim



i njohur i mikro bllog-faqeve dhe i rrjetit social. Shfrytëzuesit e Twitter-it, SMS porositë i postojnë në faqet e tyre personale. Për shembull: “Jam në konferencë për momentin, po e dëgjoj folësin!” ose “ Kam gjetur një faqe shumë interesante në internet! Ja lidhjen dhe shikojeni!” ose “ Nuk jam në disponim të mirë, kam nevojë për inkurajim!” Mund të shkruash çfarë të dëshironi, i vetmi kufizim është madhësia, meqë mund të shpallen vetëm SMS. Faqja personale e Twitter-it ka pasuesit e saj. Andaj, sa më shumë shpallje, aq më interesante është faqja. Pasuesit bashkohen në bashkësi. Twitteri i Obamës ka më shumë se tre milion pasues. Obama është një njeri shumë i angazhuar, siç e dini, kështu që agjenda e tij ditore është e mbingarkuar. Me Twitter-in, çdokush mund ta ndjekë presidentin e SHBA-ve dhe mund të shohë se çfarë është duke bërë presidenti për momentin, cilat janë planet e tij për ditën, etj. Me sa duket, gazetarët janë pasuesit më të shpeshtë të Twitter-it, për të pasur informacione të fundit për politikanët, vendimet dhe fjalimet e tyre. Çdokush mund të bëhet pasues i Obamës. Por, jo të gjithë politikanët janë të hapur si presidenti Obama. Për shembull, dikush krijoi një Twitter të pavërtetë në emër të Kryeministrit anglez. Kjo ndodh - politikanët janë shpesh viktima të shfrytëzuesve të Internetit të cilët kanë sens për humor.

Interneti, posaçërisht rrjeti social është shumë i preferuar edhe nga udhëheqësit shpirtërorë. Para ca kohësh, Dalai Lama e hapi faqen e tij në Twitter. Ky ishte postimi i fundit në Twitter-in e Dalai Lamas që e lexova: “Dalai Lama u paraqit në Twitter dhe cicëron për një botë më të mirë”.

Barack Obama | Facebook

http://www.facebook.com/barackobama?v=info&ref=search

facebook

Barack Obama

Wall Info Boxes Events Notes Photos

**Basic Info**

**Current Office**

Office: President of the United States

**Detailed Info**

Website: <http://www.facebook.com/pages/Students-f...>  
<http://www.myspace.com/barackobama>  
<http://www.facebook.com/pages/Michelle-O...>

Gender: Male

Relationship Status: Married to Michelle Obama

Birthday: August 4, 1961

Religious Views: Christian

Interests: Basketball, writing, spending time w/ kids

Favorite Music: Miles Davis, John Coltrane, Bob Dylan, Stevie Wonder, Johann Sebastian Bach (cello suites), and The Fugees

Favorite Movies: Casablanca, Godfather I & II, Lawrence of Arabia and One Flew Over the Cuckoo's Nest

Favorite Books: Song of Solomon (Toni Morrison), Moby Dick, Shakespeare's Tragedies, Parting the Waters, Gilead (Robinson), Self-

This page is run by Organizing for America, the grassroots organization for President Obama's agenda for change. To visit the White House Facebook page, go to: <http://bit.ly/2bVCM>. OFA is a special project of the Democratic National Committee.

## Përmbledhje :

**Kapitulli XI është njohës dhe jep shumë fakte lidhur me marrëdhëniet njerëzore, si dhe historinë e rrjeteve sociale:**

- a. Qyteti Pompei i është rikthyer jetës së re në shekullin XVIII, pas ndalimit në kohë nga vullkani në vitin 79.
- b. Profesoresha e Universitetit Lee dhe Universitetit Uashington, Vanessa Benefiel i ka studiuar shkrimet dhe figurat, përkatësisht mbishkrimet antike në muret e Pompeit.
- c. Grafiti antik i përngjan Facebook-ut – njerëzit shkruajnë komente në dy anët e murit.
- d. Politikani i parë i nivelit të lartë i cili ka përdorur rrjetet sociale është Barack Obama.

## Lidhje interesante:

**Twitteri i Barack Obamas, Presidenti i SHBA-ve:**

[twitter.com/BARACKOBAMA](https://twitter.com/BARACKOBAMA)

**Twitteri i Dalai Lama, udhëheqësi shpirtëror tibetian:**

[twitter.com/DalaiLama](https://twitter.com/DalaiLama)

## Detyrë:

Tregoni lexuesve të bllog-faqes tuaj se çfarë shembuj të kërkuar në internet. keni mësuar sot. Zgjeroni artikullin tuaj me

## Facebook-u antik



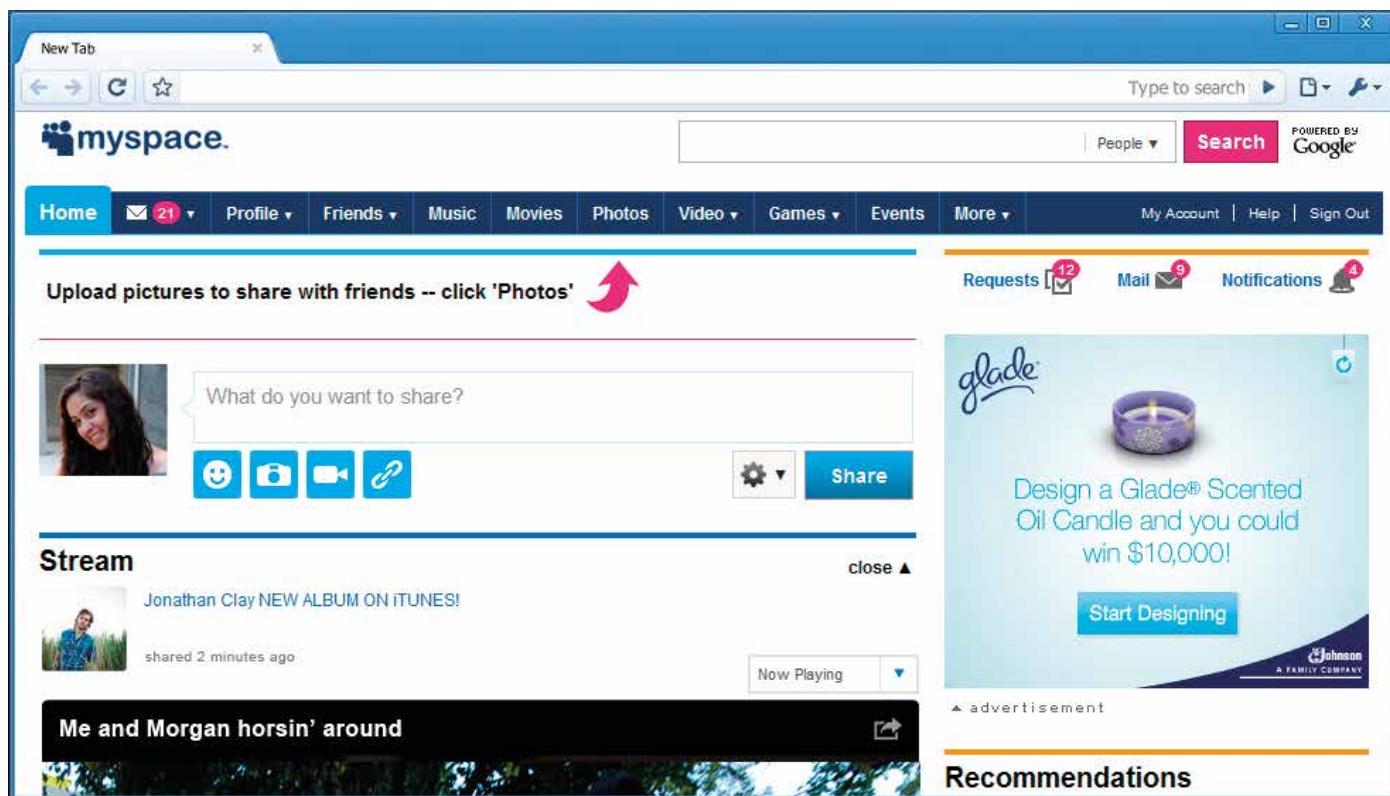
Në epokën antike, të shkruarit në murr duket se ishte një punë e respektuar. P.sh. mbishkrime janë gjetur në muret e një ndërtese elite katërkatëshe. Mbishkrimet në mure ishin shumë të qarta, disa ishin përshëndetje nga shokët; me kujdes kanë qenë të gdhendura rreth skajeve të afreskut në dhomën më të mirë të shtëpisë. Në muret e shkallëve, njerëzit kanë shkruar thënie dhe poema të njohura, si dhe kanë shtuar thëniet e tyre të thurura, duket sikur kanë pasur garë poetësh.

Grafiti interaktiv në qytetin e Pompeit i ngjanë shumë Facebook-ut. Ne të gjithë e dimë faqen e shfrytëzuesit personal në Facebook, ku të gjitha njoftimet dhe fotot janë të vendosura në atë që quhet Mur (Wall). Ngjashëm me Pompein e vjetër, në botën moderne të Facebook-ut, shfrytëzuesit vendosin komentet e tyre te muri ose te shokët. Disa komente dalin nga çdo kontekst, duke kërkuar diçka ose duke këshilluar dikë. Ndonjëherë, në murin virtual ndodhin diskutimet të “ndezura”.



Rrëfimi për zhvillimin e teknologjive kompjuterike është si një përrallë. Një dragua i ligë e pushton një qytet dhe si në shumicën e përrallave, një kalorës zemërbardhë e mund dragoin dhe e çliron qytetin. Ai bëhet sundimtar, me synimin e sigurimit të drejtësisë. Por, dalëngadalë edhe vetë bëhet dragua. Shumë paralele mund të ilustron mes rrëfimit të zhvillimit dhe përrallës me dragoin dhe kalorësin. Ekzistojnë disa korporata gjigante të pasura, të cilat menaxhojnë me programe kompjuterike dhe tregun e burimeve. Pastaj, disa programe ose burime të reja shfaqen si rezultat i punës së mundimshme të individëve ose grupeve të individëve. Këto programe janë si alternativë e prodhimeve të korporatave të mëdha dhe çdokush i pranon mirë. Programi fiton një popullaritet dhe fuqi, krijuesit e tij bëhen të pasur dhe këto burime e bëjnë të njëjtën gjë si edhe korporatat e mëdha më parë. Programi tenton t'i bllokojë konkurrentët, të zgjerohet maksimalisht dhe ta pushtojë tërë tregun. Microsoft, Google (me parullën që është “Mos u bëni keq të tjerëve”!) dhe rrjeti social Facebook janë kompanitë udhëheqëse gjigante.





Themeluesi i Facebook-ut Mark Elliot Zuckerberg ka plane shumë ambicioze. Ai dëshiron që burimi i tij i internetit ta absorbojë tërë internetin. Qëllimi i tij është shumë i qartë – nëse shumica e njerëzve e kanë Google si faqe kryesore dhe për kërkime online, tash Facebook duhet të bëhet faqe kryesore për shfrytëzuesit.

## Facebook

Gjithçka ka filluar me synim për pak zbavitje. Mark Zuckerberg me shokët e dhomës dhe studentët e Universitetit Harvard kanë krijuar një ueb-faqe, ku lejohen shfrytëzuesit t'i shohin fotot e shokëve dhe të këmbëjnë porosi. Ata gjithashtu kanë mund të gjejnë shokë të ri dhe t'i komentojnë fotot dhe shkrimet e tyre. Kjo ueb-faqe shoqërore ka fituar në popullaritet tek studentët e Universitetit Harvard. Për një kohë të shkurtër, shumë letra i janë drejtuar Mark Zuckerbergut, me kërkesë që ta zgjerojë Facebook-un edhe në universitetet e tjera. Facebook është zgjeruar mbi studentët e universiteteve të ndryshme dhe në shtator të vitit 2006, është përhapur për secilin mbi moshën 13-vjeçare që ka adresë të vlefshme të postës elektronike (e-mail).

Nga të dhënat e fundit, Facebook është rrjeti më i madh social, që e tejkalon konkurrentin Myspace, të pronësuar nga magnati i mediave Rupert Merdock, në vitin 2005 për 580 miliardë dollarë. Sot Facebook ka më tepër se 500 milionë shfrytëzues të regjistruar në mbarë botën. Fitimi zyrtar i Facebook-ut u ngrit në 700 milionë dollarë në vitin 2009.

## Mark Zuckerberg

Facebook e bëri Mark Zuckerbergun miliarderin më të ri në planet, që i fitoi miliardat falë krijimit të tij.

Disa vite më parë, Mark Zuckerberg udhëtoi me aeroplanin privat të Arthur

## Kapitulli XII. Facebook





Ochs Sulzerberge, botues dhe Kryetari i Bordit të drejtorëve të New York Times. Marku ishte vonuar për 20 minuta. Ai kishte veshur pantallona të shkurtra sportive dhe sandale. Gjatë udhëtimit, botuesi i New York Times dhe pronari i Facebook-ut biseduan për prospektet e së ardhmes të mediave për komunikim masiv. Është shumë e rrallë të gjeni dy njerëz me qëndrime dhe vlera të këtilla të shquara. Në fund të udhëtimit, njëri nga gazetarët e intervistoi botuesin e New York Times i cili referoi për Zuckerberg-un si i zgjuar, por njeri shumë i ri dhe çfarë është më me rëndësi, një njeri me shumë fat. Pastaj ai shtoi se këto tendenca të reja zbavitëse të internetit do të harrohen shpejt. Një vit pas bisedës, vlera e tregut e New York Times-it kishte një ulje të dukshme dhe fitimi i Facebook-u u rrit tej mase.

#### **Kujdes nga Facebook!**

Facebook-u lejon që shfrytëzuesit të vendosin foto dhe informata personale, por përgjegjësia mbetet e shfrytëzuesit. Disa njerëz e përdorin Facebook-un për qëllime mashtruese dhe mund të rezultojë se shoku me të cilin keni biseduar në të vërtetë nuk e njihni.

## Përmbledhje:

### Kapitulli XII i dedikohet tërësisht rrjetit më të madh social Facebook dhe krijuesit të tij, Mark Zuckerberg

- a. Së bashku me shokët e tij, studenti i Universitetit Harvard, Mark Zuckerberg e lëshoi në përdorim ueb-faqen e tij në vitin 2004. Ueb-faqja lejonte që shfrytëzuesit e saj të shohin foto të shokëve të tyre dhe të këmbëjnë porosi. Ata gjithashtu kanë mund të gjejnë shokë të ri dhe t'i komentojnë fotot dhe shkrimet e tyre.
- b. Nga të dhënat e fundit, Facebook ka më tepër se 500 milionë shfrytëzues në mbarë botën.
- c. Fitimi zyrtar i Facebook-ut në vitin 2009 u ngrit në 700 milionë dollarë.
- d. Mark Zuckerbergu ishte vetëm 23 vjeçar kur u bë miliarder.

## Lidhje interesante

[www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia](http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia)

## Detyrë:

Postoni lidhjen e bllog-faqes tuaj në murin Facebook. Është me rëndësi që të vendoset lidhja e secilit shkrim të ri në Facebook, meqë kjo sjell më shumë lexues. Në të ar-

dhmen, ju mund të hapni edhe një faqe për bllog-faqen tuaj në Facebook. Kjo është një praktikë e mirë.

## Person i vitit



Në vitin 2010, Mark Zuckerberg, themeluesi i Facebook-ut, u emërua si Personi i vitit nga Time.

Deklarata zyrtare e Richard Stengel, Drejtori ekzekutiv (CEO) i gazetës Time cek se Zuckerberg është zgjedhur, për ta nderuar atë për “bashkimin e gjysmë miliard njerëzve” dhe “për krijimin e një sistemi të ri për shkëmbimin e informatave”.

Viti 2012 ishte vit i rëndësishëm për drejtuesit e Facebook-ut dhe në përgjithësi, për klientët e rrjetit social, ku numri i shfrytëzuesve kalon shifrën 500 000.

Askush nuk dyshon në faktin se Interneti ka ndryshuar shumë gjëra në një periudhë shumë të shkurtër kohore. Bashkë me ndryshimet, ka krijuar edhe mundësi të reja, që kanë sjellë shumë lidhje të reja mes njerëzve. Me ndihmën e rrjeteve sociale dhe disa shërbimeve të tjera të internetit, njerëzit krijojnë grupe, u bashkohen bashkësive virtuale dhe imponojnë disa ndryshime në botën reale.

Natyrisht, të gjitha që u përmendën më lartë kishin nevojë për tituj dhe kjo është mënyra se si u paraqitën termet e reja.

### **Crowdsourcing**

Crowdsourcing (e përbërë nga dy fjalë grumbull (Crowd), grup njerëzish dhe kërkim (Sourcing) – kërkim, aplikacion i burimeve) lindi në sektorin e biznesit dhe e nënkupton sigurimin e shërbimeve të nevojshme, ideve ose përmbajtjeve nga kontributet e siguruara nga grupet e mëdha të njerëzve – veçanërisht nga komuniteti on-line – dhe jo nga punëtorët ose furnizuesit tradicional. U jepet ofertë publike një numri të pacaktuar të njerëzve: “Shihni, ne duhet ta bëjmë këtë punë” dhe njerëzit pa asnjë para-marrëveshje e plotësojnë detyrën, ndonjëherë pa asnjë pagesë. Do të jap disa shembuj për ta sqaruar këtë koncept.

Procter & Gamble ka një ueb-faqe speciale për problemet me të cilat ballafaqohet kompania. Njerëzve, të cilët kanë energji ta ndihmojnë kompaninë për t'i zgjedhë këto probleme, ju premtohet shpërblimi me një shumë të madhe të hollash, që në disa raste kalon disa qindra mijëra dollarë.

Threaleless është prodhues i fanellave nga Çikago. Zgjedhja e dizajnit të fanellës është bërë si garë ku çdokush që dëshiron, mund të merr pjesë. Kështu, kompania pranon ide të ndryshme çdo ditë dhe i zgjedh idetë më interesante për prodhim. Krijuesit pranojnë si shpërblim një shumë prej 2000 dollarëve. Kompania kursen shumë nga mos-angazhimi i grupeve të dizajnuesve.

Pra, Crowdsourcing është formë shumë fleksibile e bashkëpunimit. Shembujt e cekur janë në lidhje me biznes projekte, por Crowdsourcing përfshin edhe vullnetarë. Shërbim në internet Ushahidi është një shembull i mirë.

Ushahidi – shërbim në Internet i krijuar në vitin 2007 si pasojë e zgjedhjeve në Keni, ku është shënuar një numër i madh i rasteve të dhunës. Ushahidi ka mbledhur raporte të dëshmitarëve të dhunës, të dërguara përmes postës elektronike (e-mail) dhe porosive, duke e krijuar për një kohë të shkurtër hartën e dhunës.

Ueb-faqja e internetit është krijuar me hartën e Kenias. Çdo person që ka pasur informata lidhur me faktet për abuzim, ka mund të dërgojë SMS ose MMS porosi deri te grupi koordinues, si dhe të shpallë ndonjë koment në ueb-faqe. Informata është përpunuar dhe përmbledhur - rrathët e kuq janë



shënuar në hartë për t'i bërë të dukshme vendet ku ka pasur dhunë. Rajonet me numër më të madh të rasteve kanë pasur rrathë më të mëdhenj. Si pasojë, është krijuar harta vizuale, duke u lejuar organizatave ndërkombëtare të reagojnë menjëherë kundër dhunës.

Çdokush që ka dërguar porosi i ka ndihmuar shumë grupit të projektit për koordinim, duke ia kursyer kohën për mobilizim grupit më të madh të vëzhguesve.

Projekti është treguar i suksesshëm dhe më vonë, Ushahidi është përdorur në disa situata krize në pjesë të tjera të botës.

Në vitin 2010, tërmeti katastrofik në Haiti goditi miliona njerëz. Shumica e tyre ngelën nën gërmadha dhe një numër i madh i strehimoreve vuanin nga mungesa e ujit dhe ushqimit. Me ndihmën e Ushahidi, u krijua harta interaktive në bazë të porosive që dërgonin njerëzit, që rezultuan me koordinim efikas të vullnetarëve dhe shpëtimtarëve. Një shikim mbi hartë mjaftonte për ta identifikuar problemin e rajonit. Ishte më e lehtë për shpëtimtarët t'i identifikojnë vendet ku numri më i madh i njerëzve kishte nevojë për ndihmë.

Ushahidi ishte shumë produktiv edhe në Shtetet e Bashkuara të Amerikës. Në vitin 2010, Uashington D.C. u sulmua nga një uragan i dimrit. Me Ushahidi, informacionet u grumbulluan shumë shpejt për rrugët e bllokuara dhe problemet e tjera. Njerëzit dërgonin SMS mesazhe ose porosi ose njoftime në ueb-faqen speciale, që më vonë u reflektua në hartën interaktive.

Në vitin 2010, Rusia u kaplua nga zjarret. Me përdorimin e Ushahidi, u krijua një "Hartë ndihme", e cila e mundësoi koordinimin e aktivitetit të vullnetarëve. Harta gjithashtu u mundësoi vullnetarëve të shohin se ku janë më të nevojshëm.

Ushahidi Barcamp – rrjeti ndërkombëtar i konferencave të ngjashme publike. Udhëheqja e një konference nuk është aspak e lehtë, por pjesëmarrësit



e BarCamp i zgjedhin vet problemet. Ata jo vetëm që marrin pjesë në konferencë, por sigurohen që gjithçka është e përgatitur mirë. Me ndihmën e bllog-faqeve ose instrumenteve të tjera sociale, ata sigurojnë mbështetje përmes informatave. Prezantimet, trajnimet dhe aktivitetet që aplikohen përgjatë konferencës mbahen on-line. BarCamp i parë është organizuar në Kaliforni, Palo Alto në vitin 2005.

Grupit i është nevojitur rreth një javë për ta përgatitur konceptin dhe për ta organizuar konferencën. Më tepër se 200 njerëz kanë marrë pjesë në këtë konferencë. Prej atëherë, BarCamp është mirëpritur në më tepër se 350 qytete në mbarë botën. BarCamp më i madh është mbajtur në Jangon të Birmanisë, në janar të vitit 2010, ku kanë marrë pjesë më shumë se 2700 njerëz.

### **Mediat sociale dhe ndryshimet reale**

Para ca muajsh, gazetarja gjeorgjiane la Antadze shkroi një rrëfim për familjen Gabrielashvili në bllog-faqen e saj dhe në Facebook. “Zjarri e shkatërroi tërë shtëpinë me të gjitha gjërat brenda. Ata humbën gjithçka që kishin krijuar me vite, me shumë punë dhe përpjekje,” shkroi gazetarja. “Bllog-faqja ime ka më tepër se 5000 lexues dhe nëse secili dhuron nga një liri, familja do të kishte mundësi të blejë një shtëpi të re,” tha la.

Shokët e gazetares dhe njerëz të panjohur shprehën vullnet për të ndihmuar. Postimi i saj është shpërndarë nga shokët e saj dhe shokët e tyre dhe më në fund kjo fushatë e medias sociale dha rezultat.

Më vonë, la Antadze shkroi në bllog-faqen e saj: “Mbrëmë fjeta shumë pak. Me padurim e pritja mëngjesin, për t’u bërë gati për ditën që vjen dhe mendoja. Brenda katër ditëve, kemi mbledhur aq shumë dhurata, që i futëm disi në dy vetura. Radio Freedom na ndihmoi në transportimin e gjërave të nevojshme. Ne morëm disa gjëra për kuzhinë, ushqim të bollshëm dhe rroba”.

Sot, familja Gabrielashvili kanë shtëpi të tyre.

## Përmbledhje:

### Kapitulli XIII e shqyrton Crowdsourcing dhe kompanitë që e përdorin këtë sistem:

- a. Në fillim të kapitullit, mësuat për veglën Crowdsourcing.
- b. E keni parë se si kompanitë e mëdha ndërkombëtare e përdorin këtë shërbim.
- c. Keni mësuar si funksionon Ushahidi.
- d. E keni parë konferencën publike Bar-Camp.
- e. Në fund të kapitullit, keni mësuar për eksperiencën gjeorgjiane me Crowdsourcing.

## Lidhje interesante:

### Ueb-faqja zyrtare e Ushahidi:

[www.ushahidi.com](http://www.ushahidi.com)

## Detyrë:

Vizitoni ueb-faqen zyrtare të Mushahidit dhe mësoni për rregullat e aplikimit. Krijoni

një rregullator ku do të aplikohen rregullat Mushahidi.

# Crowdsourcing



Crowdsourcing (e përbërë nga dy fjalë grumbull (Crowd), grup njerëzish dhe kërkim (Sourcing) – kërkim, aplikacion i burimeve) ka lindur në sektorin e biznesit dhe e nënkupton sigurimin e shërbimeve të nevojshme, ideve ose përmbajtjeve nga kontributet e siguruar nga grupet e mëdha të njerëzve – veçanërisht nga komuniteti on-line – dhe jo nga punëtorët ose furnizuesit tradicionalë. U jepet ofertë publike numrit të pacaktuar të njerëzve: “Shihni, ne duhet ta bëjmë këtë punë” dhe njerëzit pa asnjë para-marrëveshje e plotësojnë detyrën, ndonjëherë pa asnjë pagesë. Do të jap disa shembuj për ta sqaruar këtë koncept.

Threaless është prodhues i fanellave nga Çikago. Zgjedhja e dizajnit të fanellës është bërë si garë ku çdokush që dëshiron, mund të merr pjesë. Kështu, kompania pranon ide të ndryshme çdo ditë dhe i zgjedh idetë më interesante për prodhim. Krijuesit pranojnë si shpërblim një shumë prej 2000 dollarëve. Kompania kursen shumë nga mos-angazhimi i grupeve të dizajnuesve.

Pra, Crowdsourcing është formë shumë fleksibile e bashkëpunimit. Shembujt e cekur janë në lidhje me biznes projekte, por Crowdsourcing përfshin edhe vullnetarë. Shërbim në internet Ushahidi është një shembull i mirë.



# Ushtrim praktik



## Mirëbesimi në Internet

Interneti ka ndryshuar shumëçka, përfshirë edhe përshtypjen në lidhje me informatat e besueshme. Mendoni mirë para se të postoni diçka në rrjet:

Në jetën reale, është shumë lehtë t'i grisni fotot që nuk ju pëlqejnë. Në botën virtuale, kjo është pak më e komplikuar, meqë dikush mund t'i ketë kopjuar ato.

Në jetën reale, varet nga shoku juaj nëse do ta ruaj sekretin tuaj, ndërsa në botën virtuale, postimet e juaja mund të shpërndahen shumë herë dhe për një kohë të shkurtër. Kjo bëhet e dukshme për shumë njerëz, madje edhe për ata që nuk kanë qenë në shënjestër.

Facebook kritikohet shpesh se ka dështuar plotësisht në mbrojtjen e informatave të besueshme. Por, Mark Zuckerbergu, themeluesi i Facebook-ut thotë se rrjetet sociale janë krijuar për t'i lehtësuar lidhjet mes njerëzve dhe andaj, prioritet i Facebook-ut është që t'i ndaloj zbulimet. Gjithashtu, është e vërtetë se Facebook nuk i ndalon përpjekjet për t'u lejuar shfrytëzuesve që vetë t'i menaxhojnë të dhënat e tyre.

## Menaxhimi i të dhënave personale në Facebook

T'i shohim procedurat e detajuara për menaxhimin e informatave në Facebook.

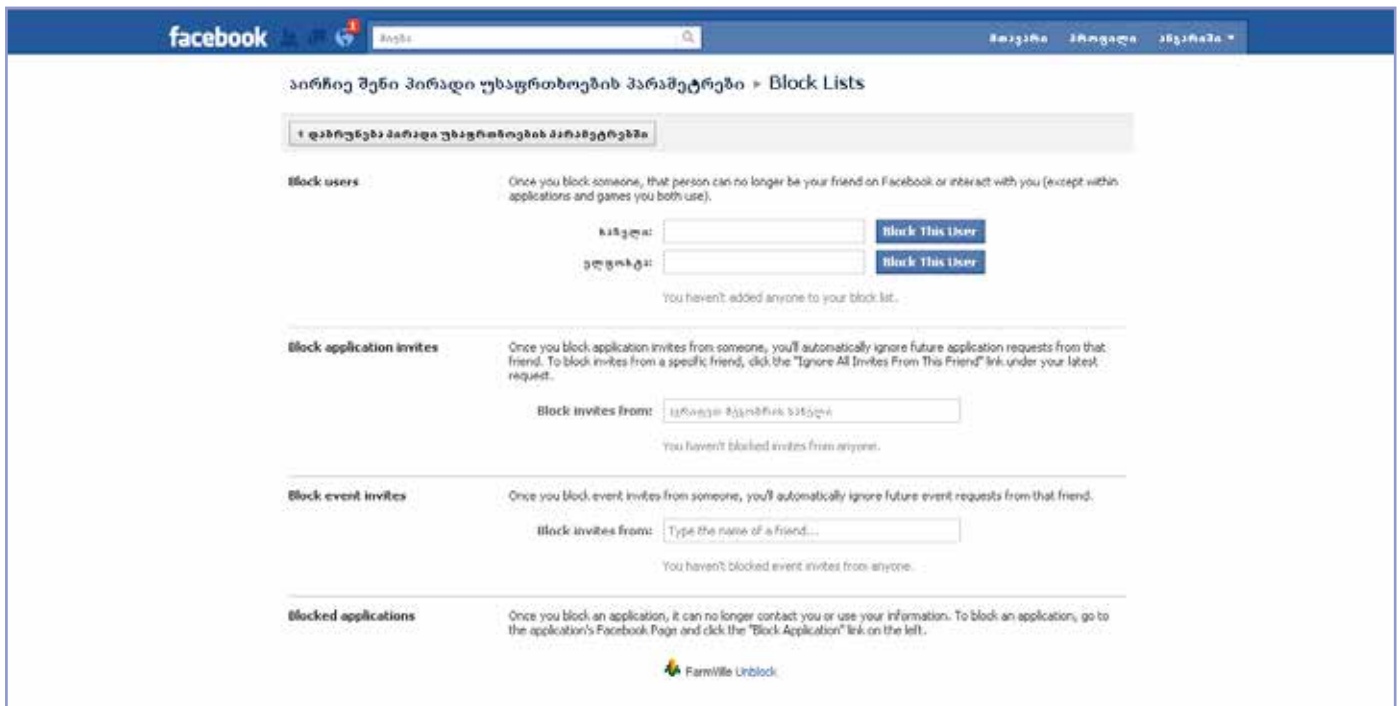
**Ju lutem zgjidhni** Llogari (account) > Veglat e sigurimit të privatësisë (privacy security settings).

Kur jeni në panelin kryesor të veglave të privatësisë, do të gjeni një tabelë në mes të faqes ku parametrat e rekomanduar nga Facebook jepen më poshtë:

1. Statuset, fotot dhe shkrimet, gjegjësisht gjithçka që vendosni në murin e Facebook-ut do të jetë e dukshme për të gjithë.
2. Fotot dhe videot, në të cilat do të jeni të etiketuar (tagged), pikëpamjet religjioze dhe politike, data e lindjes do të jenë të dukshme për shokët tuaj dhe shokët e shokëve tuaj.

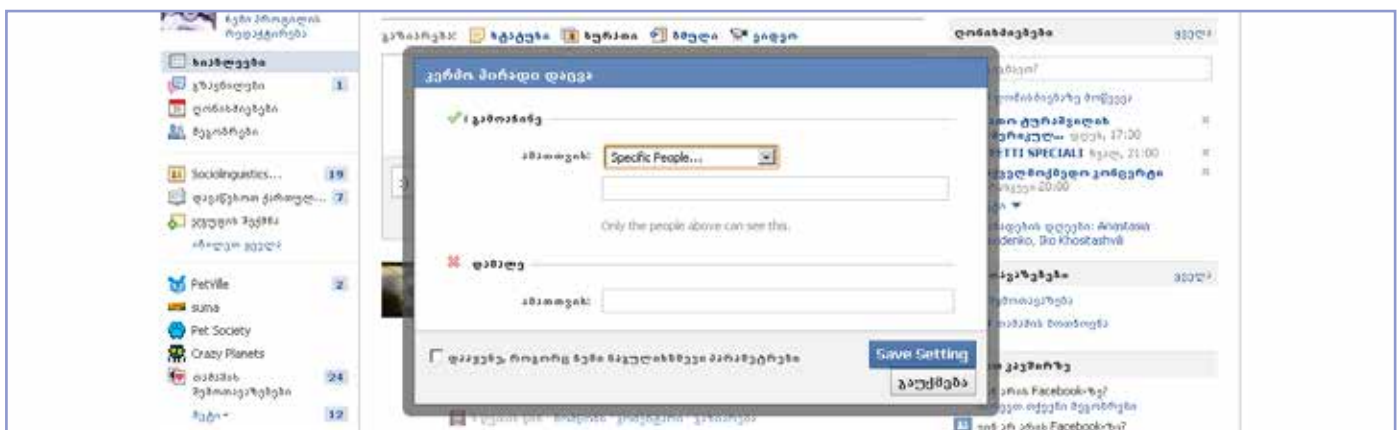
3. Vetëm shokët tuaj mund të shkruajnë komente në shkrimet tuaja dhe t'i shohin kontakt-informatat.

Nëse dëshironi që t'i konfiguroni parametrat në më shumë detaje, klikoni në personalizimin e parametrave (**Personalization of Parameters**).



**Nëse klikoni mbi lidhjen – Ndrysho (Change), nën shkrimin – Shfrytëzuesit e bllokuar (Blocked Users),** do të drejtoheni në faqen ku do të mund të bllokoni çdo shfrytëzues, lojë ose aplikacion. Bllokimi do të thotë se ata nuk mund të postojnë asgjë në murin tuaj dhe nuk do mund t'u dërgojnë letra.

Gjatë postimit ose vendosjes në Facebook-un tuaj, ju mund të zgjidhni se kush mund t'i shohë postimet dhe kush jo. Për këtë ju duhet të klikoni në Lock dhe zgjidhni parametrat e menysë.





## Internet televizioni

### **Kapitulli XIV Si është ngarkuar video-incizimi i parë në Internet**

Nga posta elektronike (e-mail) deri te video-incizimi i parë

### **Kapitulli XV Internet televizioni**

Llojet e ndryshme të Internet televizionit

### **Ushtrim praktik**

Internet televizioni me fuqitë e tij



### Si është ngarkuar video-incizimi i parë në Internet

Youtube është një nga video-portalet më të popullarizuara dhe shpesh quhet internet-televizion. Por, kjo dallon tërësisht nga ajo që ka qenë televizioni deri tani. Ndryshimi kryesor është që në televizionin tradicional, programet televizive, temat televizive dhe gjithçka që emetohet është krijuar nga stafi i televizionit. Në rastin e Youtube, videot janë marrë nga shfrytëzuesit. Youtube është si një televizion publik ku çdo person mund të ngarkojë video të ndryshme dhe të hap kanalin televiziv. Në llojin e internet televizioneve Youtube, fuqia kryesore është në duart e njerëzve, janë ata të cilët i përgatitin programet interesante, japin vlerësimin dhe zgjedhin çfarë dëshirojnë të shikojnë dhe me cilën renditje.

Rruga nga shërbimi i parë i internetit deri në Youtube ka qenë e gjatë. Do të jetë interesante të rishikohet zhvillimi i internetit nga posta elektronike (e-mail) deri te internet televizionet.

#### Posta elektronike (email) i parë

Në fund të vitit 1971, Ray Tomlinson shkroi një softuer i cili e mundësoi dërgimin e porosive elektronike prej një kompjuteri tek tjetri. Sot, përdoren parimet e njëjta për dërgimin dhe pranimin e postës elektronike. Shkëmbimi i parë i postës elektronike ishte ndërmjet dy kompjuterëve të vendosur përballë njëri tjetrit në të njëjtën dhomë, të lidhur me anë të rrjetit APRAT, paraardhësit të internetit. Tomlinsonit nuk i kujtohet se çfarë ka shkruar në postën e parë elektronike (e-mail). Ai e ka përdorur shenjën @ për ndarje të shfrytëzuesit me aparatit e tij dhe që atëherë, kjo shenjë përdoret në adresat e postës elektronike. Shenja @ nuk ishte zbuluar nga Tomlinsoni, ai





vetëm e ka përdorur simbolin ekzistues që më vonë u bë standard.

### Virusi i parë

Që në vitin 1949, matematikani John von Neumann i parashikoi viruset kompjuterike. Virusi i parë u krijua nga Bob Thomas. Ai punonte në të njëjtën kompani me Ray Tomlinson. Virusi i parë u quajt Creeper. Nuk i dëmtonte “kompjuterët e infektuar” por nxirrte tekst në ekran: “ Tung, unë jam Creeper, klikoni mbi mua nëse mundeni”. Anti-virusi i parë rezultoi të jetë një trajtim i mirë për virusin.

### Komuniteti i parë online

Në vitin 1981, Dr. Larry Brilliant, gjatë punës së tij në Organizatën Botërore për Kujdes Shëndetësor, shpiku një sistem të thjeshtë on-line për konferencë. Brilliant ia tregoi shpikjen e tij Steve Jobsit, themeluesit të Apple dhe me rekomandimet e tij bëri disa korrigjime të sistemit.

Hapi i radhës drejt zhvillimit të sistemit për konferencë ishte krijimi i një grupi virtual – The WELL (Whole Earth Electronic Link), i cili u ofroi anëtarëve forume, posta elektronike (e-mail) dhe ueb-faqe. Diskutimet dhe temat në WELL klasifikohen që nga temat serioze, deri tek çështjet e parëndësishme, varësisht nga natyra dhe interesat e pjesëmarrësve. Sot, grupi ka rreth 4000 anëtarë. WELL mund të trajtohet si rudiment i rrjeteve sociale.

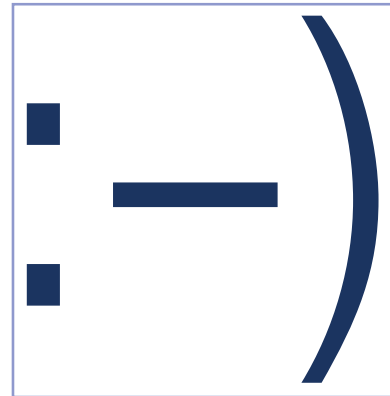


The screenshot shows the homepage of The WELL website. At the top, it says "The WELL® is a Salon.com community". Below this is a login section with fields for "Username" and "Password", a "log in" button, and a checkbox for "Remember me on this computer". There is also a link for "Next time logging in?". Below the login section is a navigation bar with links: "Home", "Learn About", "Conferences", "Member Pages", "Mail", "Store", "Services & Help", "Password", and "Join Us". The main content area is divided into several sections. On the left, "What is The WELL?" welcomes visitors and describes the site's history. In the center, "Where in The WELL are you?" features a profile of Halsted Mancotti Bernard. On the right, "Juicy conversations" lists recent discussions. At the bottom right, "Getting into The WELL" explains the membership process. A search bar is located at the bottom of the page.

### Buzëqeshja e parë kompjuterike

Scott E Fahlman, profesor nga Universiteti Carnegie Mellon nderohet për shpikjen e figurës së parë me buzëqeshje në vitet e 1980. Në punën e tij, ai në mënyrë intensive e përdori tabelën on-line të reklamave dhe herë pas here, në mes deklaratave serioze, ai shkruante edhe ndonjë shaka sarkastike. Njëri nga komentet në lidhje me merkurin ishte kuptuar në mënyrë shumë serioze dhe Universiteti për pak sa nuk shpalli evakuim.

Kjo ishte kur Fahlman e disenjoi figurën për veçimin e shkrimeve serioze nga shakatë dhe u sugjeroi grupeve punuese ta përdorin “☺”. Scot E Fahlman thotë: “Unë, me sa duket, nuk jam njeriu i parë i cili i caktova këto tre simbole me këtë radhitje, por unë besoj se sugjerimi im u bë bazë për këto tre simbole, që të shpërndahen në krejt Internetin me domethënien që kanë”.



### Motori i parë i kërkimit

Në vitin 1989, Alan Emtage, gjatë studimeve të shkencave kompjuterike dhe duke punuar në Universitetin McGill, zbuloi se kërkimi i informatave në Internet është proces i mërzitshëm. Kështu, ai filloi të shkruaj një strukturë të dokumenteve plotësuese të cilat automatikisht hapeshin çdo mbrëmje, kërkonin dhe i sistemonin informatat për të. Kur informata gjendej dhe bëhej gati për Emtage, ai me lehtësi e gjente materialin e nevojshëm.

Shumë shpejtë u përhapën thashethemet në lidhje me Emtage se është në gjendje të gjej praktikisht gjithçka në internet dhe “aftësia” e tij u bë shumë e kërkuar. Më vonë, Emtage me dy kolegët e tij krijuan një motor kërkues shumë të shpejtë, të quajtur Archie. Emtage, pa ndonjë qëllim të paramenduar, u shfaq në zemrën e revolucionit online.

“Në vitin 1991, motori kërkues Archie në kompjuterin tonë konsumoi pothuajse gjysmën e qarkullimit të internetit të të gjithë Kanadasë lindore”, tha Emtage. “Në njërin nga konferencat, drejtorit të shkollës tonë kompjuterike, Renato De Mori ia afrua kolegu i tij, duke i shprehur komplimente për funksionimin e shkëlqyer të Archie në Universitetin McGill. Meqë nuk e kishim informuar drejtorin zyrtarisht për aktivitetet tona, De Mori nuk e kishte idenë se për çfarë ishin ato komplimente. Ai qeshi dhe u falënderua në mënyrë të kulturuar, por menjëherë pas kthimit në Montreal, ndërmori veprime për të kuptuar se çka ndodh”.

### Incizimi i parë në Wikipedia

Wiki është ueb-faqja e parë e krijuar në bazë të teknologjisë nga Ward Cunningham në vitin 1995. Teknologjia do të thotë se një numër i caktuar i njerëzve mund të punojnë në dokumentin e njëjtë përmes Internetit, gjegjësisht se shfrytëzuesit futen në ueb-faqe dhe mund të bëjnë ndryshime ose shtesa në çfarëdo dokumenti.

Ueb-faqja u quajt WikiWikiWeb. Cunningham udhëtoi në Haiti, me ç’rast iu ofrua udhëtimi me autobusin WikiWiki. Në gjuhën e vendasve, kjo fjalë do të thotë shpejtë. Cunninghamit i pëlqeu emri dhe e quajti projektin e tij të ri të sipas kësaj fjale.

Kështu, Wiki-teknologjia është një bashkësi e ueb-faqeve që i lejon shfrytë-

zuesit lirshëm të krijojë dhe shtojë përmbajtje të ueb-faqes duke përdorur çdo ueb-kërkues. Enciklopedia publike Wikipedia u krijua në vitin 2001, duke përmbajtur disa përmbajtje Wiki, që do të thotë se përbërja e faqes krijohet dhe ndryshohet nga shfrytëzuesit.

Jimmy Wales ka qenë i pari që e ka incizuar “Hello, World!” në Wikipedia.

### **Video-incizimi i parë në Youtube**

Videoja e parë e ngarkuar nga ana e shfrytëzuesve në ueb-faqe është bërë në kopshtin zoologjik në San Diego. Autori i video-incizimit është njëri nga dizajnuesit e Youtube. Ndonëse video-incizimi është i zbehtë dhe jointeressant, ai ka miliona shikues.

Tani për historinë e YouTube: Chad Hurley, Steve Chen dhe Jawed Karim kanë punuar për kompaninë PayPal. Ja se çfarë thuhet në media për rrëfimin e tyre. “Hurley dhe Chen vendosën të ngarkojnë një video-incizim të ahengut në internet, por nuk gjenin shërbim adekuat të Internetit. Kështu ju lindi ideja dhe si pasojë, lindi Youtube”. Por, Karim, i cili nuk mori pjesë në ngjarjen e përmendur më lartë, e refuzoi këtë, duke thënë se gjithçka ishte ndryshe. Youtube u lëshua në përdorim për herë të parë në vitin 2005 dhe videoja e parë u incizua me 23 prill 2005. Pas një viti të plotë, në vitin 2006, Youtube u ble nga Google për 1.65 miliardë dollarë amerikanë.

интернет-сервис. Така, им падна на памет една идеја и потоа беше роден Јутјуб.“ Меѓутоа, Карим, којшто не присуствувал на гореспоменатиот настан, негира сè, велејќи дека сè било поинаку. Јутјуб за првпат беше пуштен во 2005 г., а првата видеоснимка беше поставена на 23 април, 2005 г. Точно по една година, во 2006 г., Јутјуб беше купен од Гугл за 1,65 милијарди американски долари.



**YouTube - „Me at the Zoo“**



## Përmbledhje :

**Kapitulli XIV ju njofton me procesin e zhvillimit të Internetit, që nga posta e parë elektronike deri te videoja e parë. Gjithashtu, keni mësuar disa fakte mbi video-portalin më të madh, YouTube.**

- a. Nga paragrafi i parë, mësuar për postën elektronike, të shkëmbyer mes dy kompjuterëve që kanë qëndruar përballë njëri - tjetrit, në të njëjtën dhomë.
- b. Kanë kaluar më tepër se 20 vjet nga parashikimi i viruseve në kompjuter për ta krijuar virusin e parë.
- c. Konferenca e parë online ishte hapi i ardhshëm i rëndësishëm në historinë e zhvillimit të Internetit.

## Lidhje interesante:

### Video-incizimi i parë në Youtube:

[www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw](http://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw)

## Detyrë:

Kërkoni në Internet informata për internet televizionet gjeorgjiane. Kërkoni në Google: internet televizione (me shkronja gjeorgjiane). Në mesin e lidhjeve të shumta, moto-

ri kërkues Google do t'u propozojë burime interesante. Përdorni ato për të shkruar një shkrim lidhur me internet televizionet.



## Transmetimi i video-incizimeve Streaming

Fjala angleze Streaming do të thotë i rrjedhshëm në gjuhën gjeorgjiane.

Për të shikuar një video skedë në Internet, ajo duhet të shkarkohet në kompjuter. Por, në rastin e Streaming, është e mundshme që ta shkarkoni dhe ta lëshoni video-incizimin para përfundimit të transmetimit të skedarit. Gjegjësisht, kompjuteri mund ta shfaq pjesën e video-incizimit që është shkarkuar, ndërsa pjesa tjetër është në shkarkimin e sipër. YouTube punon në këtë parim dhe për këtë arsye, nëse shpejtësia e shkarkimit të video-skedës është më e ngadalshme se shpejtësia e emetimit, transmetimi suspendohet për një moment, me qëllim që të përfundojë shkarkimi i episodit të ardhshëm të video-incizimit.

### Интернет-телевизија

Ndryshimet globale nuk mund të ndodhin përnjëherë. Atyre ju duhet kohë. Ka njerëz që jetojnë jetë të rëndomtë, kalojnë vitet dhe në një moment, ne e kuptojmë se jeta e tyre nuk ka qenë aspak e rëndomtë. Ata kanë bërë diçka që është treguar si hap i madh për njerëzimin.

Me një vështrim mbi jetën tonë të përditshme, do të shohim se jemi duke jetuar në një periudhë të ndryshimeve të jashtëzakonshme, që ndodhin paralelisht me kaosin tonë të përditshëm.

### Dita e pardjeshme

Ka shumë gjëra në jetën tonë, që paraprakisht kanë qenë në cepin mes fantazisë dhe realitetit, por që sot janë pjesë të pandashme të jetës sonë, që ne i marrim si të gatshme. Një shembull është aparati i televizionit. Sot e kemi atë kudo, në vetura, në celularët tonë, në shtëpitë tona, etj. Njerëzve më të moshuar me siguri ju kujtohet si ka depërtuar në jetën e tyre televizioni i parë bardhë e zi.

Shpikjet e reja me tiparet teknologjike mbetën larg prej televizorit aktual. Në ekranin e tij të vogël, ka qenë vështirë të shihet përmbajtja dhe programet, me kohëzgjatje prej vetëm disa orëve në ditë. Zakonisht, stërgjyshja do të vishej enkas, duke thënë se është e pahijshme të dilni me veshjen e përditshme para gjithë atyre njerëzve. Me njerëzit, ajo i ka nënkuptuar njerëzit që shfaqen në ekran.

### Dje

Televizorët i kapluan dhomat e ditës dhe e kapën vendin e tyre për një kohë të gjatë. Skena e familjes ideale në të kaluarën e afërt ishte, një dhomë dite, ku tërë familja e sheh programin më të famshëm televiziv, p.sh. Iluzioni bashkë.



Transmetuesit televiziv kanë pasur kontroll të plotë mbi orarin e përditshëm të audiencës së tyre. Programi ka pasur kohë të caktuar të emetimit, të cilin shikuesit e kanë pritur me padurim, meqë kjo ka qenë koha e vetme për ta shikuar programin e preferuar, që është emetuar vetëm në TV.

Periudha me shikueshmëri më të lartë është periudha ditore (blloku i orarit të programeve ditore), me më së shumti shikues, ku rrjetet televizive dhe stacionet lokale e mbledhin pjesën më të madhe të të ardhurave nga reklamat.

### Sot

Sot, gjendja dallon tërësisht. Ka disa alternativa për ta shikuar programin e preferuar, ku shikuesit



nuk e kanë kohën e kufizuar. Shikuesit gjeorgjian mund të vizitojnë [www.myvideo.ge](http://www.myvideo.ge), ku e zgjedhin TV kanalin dhe e shikojnë online. Por, mrekullia nuk përfundon këtu. Njëra prej kompanive udhëheqëse gjeorgjiane për emetim ka mundësi për “kthim prapa” të incizimit, kështu që shikuesit mund ta zgjedhin programin e tyre të preferuar gjatë dhjetë ditëve të fundit. Kjo do të thotë që ata janë fleksibilë në shikimin e programeve të tyre të preferuara, sipas dëshirës. Nëse nuk e keni shikuar programin ose kronikën televizive, uluni para kompjuterit dhe vizitoni [www.myvideo.ge](http://www.myvideo.ge)

Shumica e kanaleve televizive e kanë pranuar faktin se fama e së kaluarës nuk do të kthehet, andaj kanë filluar t'i ngarkojnë produktet në ueb-faqet e tyre, për t'i ndaluar që klientët ta përdorin [www.myvideo.ge](http://www.myvideo.ge) dhe t'i shikojnë programet në ueb-faqet e tyre.

### Përmbledhje e përgjithshme

Internet media lëviz para me hapa të jashtëzakonshëm, duke krijuar disa lloje të internet televizioneve, pa lënë kohë për klasifikimin e burimeve.

**Internet kopjet:** Emetimi i kompanive të mëdha tradicionale televizive në Internet, si për shembull kompanitë që i ngarkojnë produktet në internet dhe shumë kanale televizive gjeorgjiane mund të shikohen on-line pa asnjë problem.

**Internet televizionet e thjeshta:** Në këtë kategori bëjnë pjesë burimet që emetojnë vetëm on-line program. Zakonisht, ata nuk kanë mjete të shumta financiare dhe kjo pasqyrohet drejtpërdrejtë në cilësinë e prodhimit. Por, ato kanë një përparësi – lirinë dhe qartësinë, respektivisht ueb burimet e tyre janë jomodeste. Ja vetëm disa prej tyre: [www.fora.tv](http://www.fora.tv), [www.current.com](http://www.current.com), [www.clicknetwork.tv](http://www.clicknetwork.tv) dhe ueb-burimi gjeorgjian [www.gevision.tv](http://www.gevision.tv). I fundit punoi vetëm një vit dhe pastaj e ndërpreu emetimin (arsyet jepen në ueb-faqen e tyre). Nga internet-televizionet aktuale gjeorgjiane, do ta theksoj [www.itv.ge](http://www.itv.ge).

Burimet gjeorgjiane dallohen me një veçori shumë të qartë. Për dallim nga burimet e huaja, të cilat orientohen më tepër drejt dëfrimit dhe zbavitjes, burimet gjeorgjiane anojnë me shumë ndaj politikës.

**Më tepër se televizion:** Në këtë kategori i radhis të gjitha burimet të cilat si edhe shërbimet e lartcekura, ofrojnë zgjedhje të gjerë të filmave për klientët e tyre. Ato u lejojnë klientëve të zgjedhin cilindo kanal televiziv, kronika ose programe televizive, çdo film nga arkiva e tyre dhe ta shikojnë online. Këto burime janë të kufizuara në numër. Disa prej tyre janë në ndërtim e sipër, si [www.heaventv.tv](http://www.heaventv.tv)

[www.myvideo.ge](http://www.myvideo.ge)





**Televizioni publik:** Paralelisht me zhvillimin e teknologjive të Internetit, është më e lehtë të incizohen video-kronikat dhe të ngarkohen në Internet. Për shembull, në YouTube ose në një sistem të ngjashëm gjeorgjian [www.tvali.ge](http://www.tvali.ge)

Disa e marrin punën e tyre më seriozisht se të tjerët dhe i krijojnë kanalet e tyre televizive. Ja shembujt: [www.youtube.com/user/ijustine](http://www.youtube.com/user/ijustine). Kanali i I-justine ka më tepër se 980 000 parapagues. Edhe pse është televizion personal, i krijuar nga një person, është i mbushur me reklama dhe ka fitim goxha të madh. Nga burimet e ngjashme gjeorgjiane, do ta dalloja [www.youtube.com/user/SweetBelladoreGirl](http://www.youtube.com/user/SweetBelladoreGirl) që dukshëm ka audiencë më të vogël.

[www.youtube.com/user/ijustine](http://www.youtube.com/user/ijustine)



## Përmbledhje:

### Kapitulli i fundit i udhëzuesit tonë i dedikohet Internet-televizioneve:

- a. Transformimi nga mediat tradicionale në media sociale.
- b. Analiza e burimeve të Internetit, që i krijojnë Internet-televizionet gjeorgjiane.
- c. Në fund të kapitullit zbulohet edhe faza e ardhshme e Internet- televizionit. Me sa duket, të jetë televizion publik.

## Lidhje interesante:

Internet- televizionit:

[www.fora.tv](http://www.fora.tv), [www.current.com](http://www.current.com), [www.clicknetwork.tv](http://www.clicknetwork.tv), [www.gevision.tv](http://www.gevision.tv), [itv.ge](http://itv.ge)

## Detyrë:

Kërkoni video interesante në YouTube dhe Facebook dhe shpërndani lidhjet me shokët. Kopjoni linkun e YouTube (në faqen e kërkimit ose cilindo motor kërkues me të cilin e shfrytëzoni rrjetin - adresa e faqes shfaqet në dritaren e parë). Hyni te muri

juaj në Facebook, klikoni mbi lidhjen dhe në dritaren e re kopjoni lidhjen nga YouTube. Klikoni mbi Attach për bashkëngjitje, pastaj shpërndani me Share.



## Virus Video

Që nga viti 2005, YouTube është përdorur nga miliona njerëz që ngarkojnë video-incizime, që është aq e thjeshtë, sa që nuk nevojiten aftësi për teknologji kompjuterike. Për më tepër, cilindo video-incizim në YouTube mund të vendoset në murin, ueb-faqen bllog-faqen tuaj. Nga statistikat e vitit 2010, çdo ditë shkarkohen nga YouTube video-incizime me kohëzgjatje prej 50.400 orë.

YouTube ka krijuar edhe një term të ri – virus video. Termi i nënkupton video-incizimet që përhapen mes njerëzve si virus, gjegjësisht kur njerëzit e ndryshëm e ndajnë incizimin me miqtë dhe të afërmit e tyre. Këto incizime futen në bllog- dhe ueb-faqe. Si pasojë, video-incizimi që është dukur i thjeshtë në fillim, mund të kap shikueshmëri prej një audience të madhe. Një nga shembujt e parë të Virus-videos është “The Bus Uncle”, që është shfaqur në rrjet në vitin 2006. Incizimi ka të bëjë me dy njerëz që udhëtojnë në Hong Kong me autobus dhe diskutojnë disa çështje. Pas popullarizimit në Internet, incizimi u mbulua aktivisht edhe në mediat tradicionale. Një video tjetër, “Charlie Bit My Finger” është një nga incizimet më të famshme, me shikueshmëri prej 260.000.000 njerëzve në YouTube.

Sa i përket virus videos gjeorgjian, “Koxora” është një shembull i mirë. Kjo ishte një kronikë e thjeshtë televizive, por që fitoi aq shumë popullaritet në Internet, sa që shumë programe televizive gjeorgjiane e ftuan personazhin kryesor të incizimit në programet e tyre.

# Praktichna работа

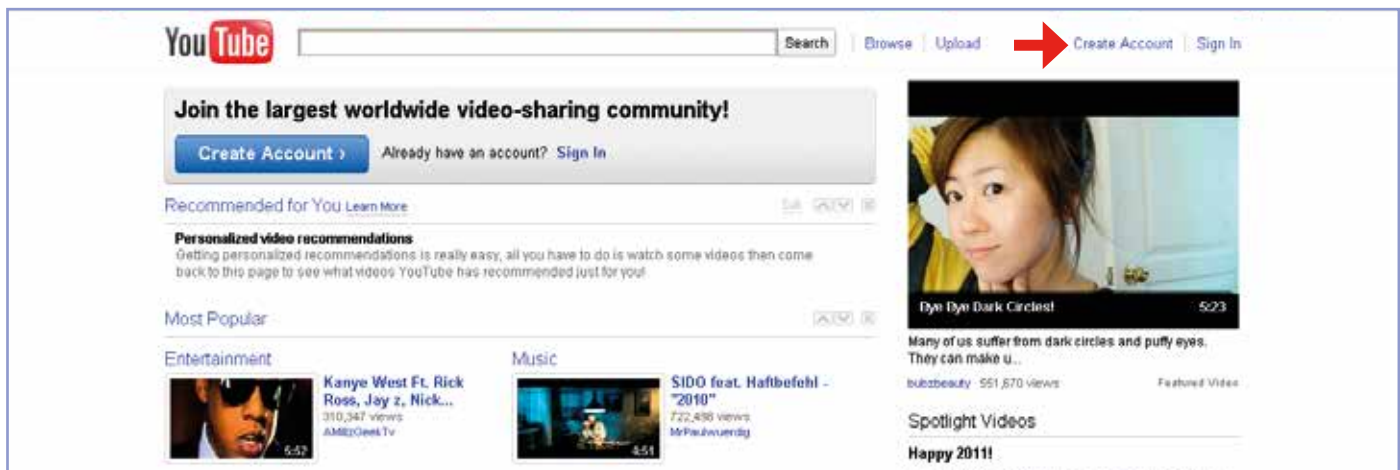
## Si të krijoni vet një kanal në Youtube

Për ta ngarkuar një video në YouTube, së pari duhet të regjistroheni.

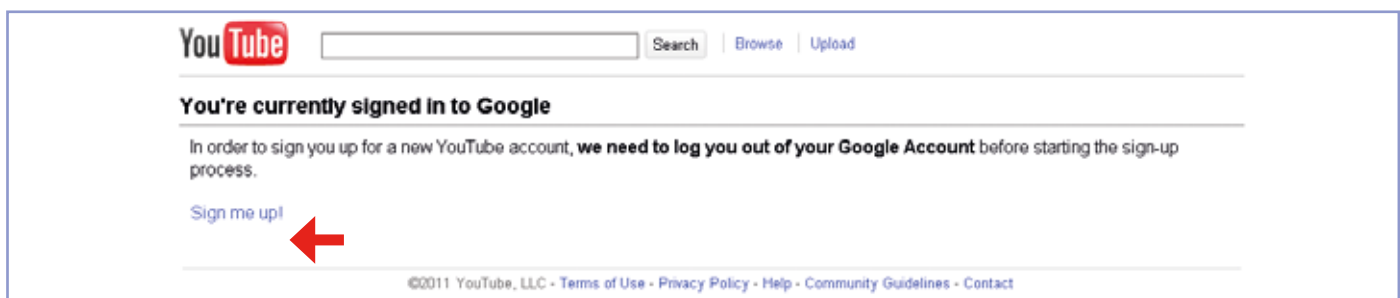
Nëse jeni shfrytëzues i ndonjë shërbimi të Google, përdoren llogarinë tuaj (log-in) dhe fjalëkalimin (password). Megjithatë, është e detyrueshme të regjistroheni në YouTube.

Hyni në URL për [www.youtube.com](http://www.youtube.com) në shfletuesin tuaj.

Klikoni mbi linkun në pjesën e sipërme të ekranit tuaj (djathtas): Krijoni llogarinë (Create Account).

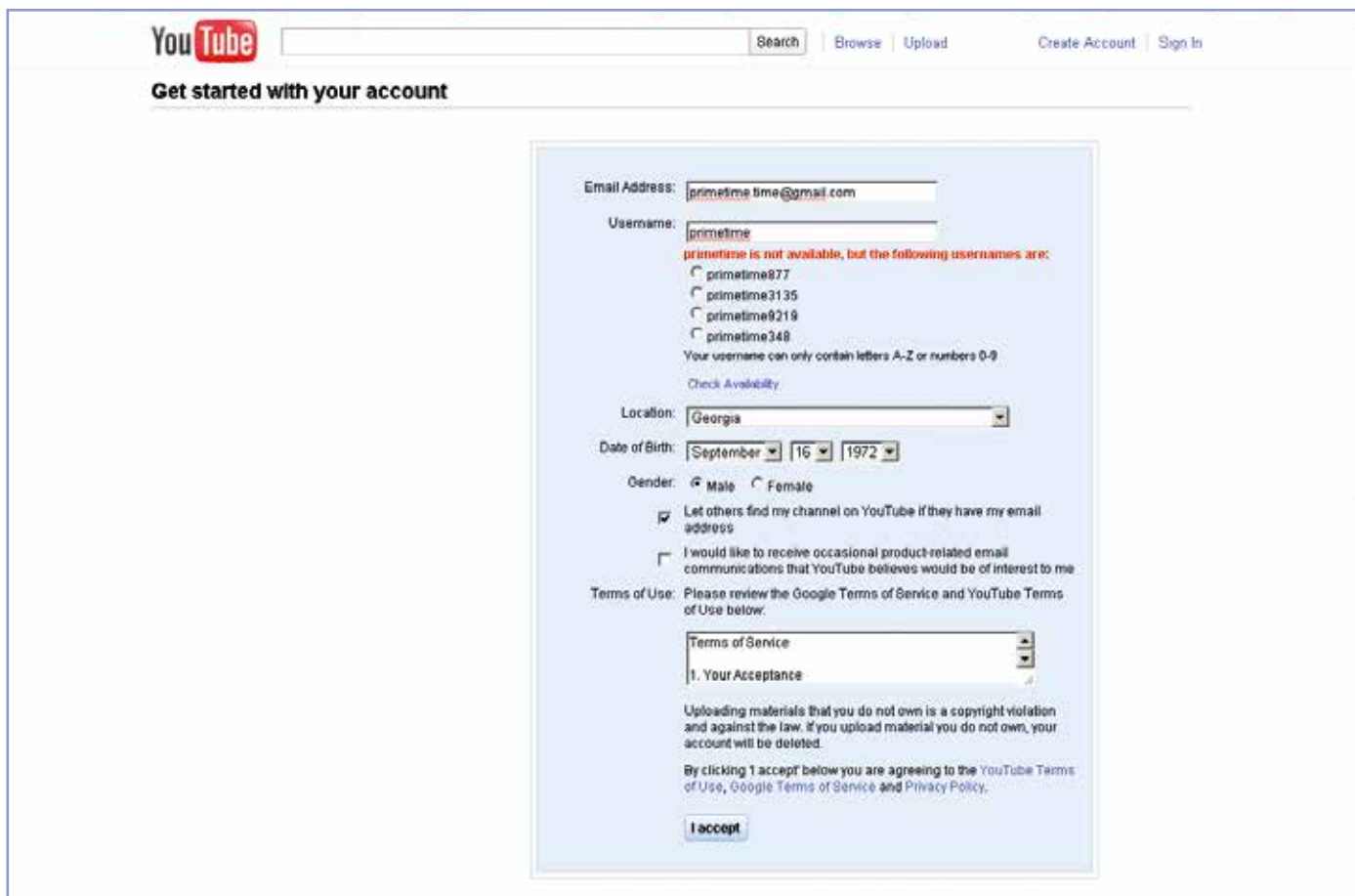


Nëse gjendeni në ndonjë nga shërbimet e Google, faqja automatikisht do të hapet në shfletuesin tuaj dhe do t'ju kërkojë të largoheni nga shërbimet e tjera të Google, për ta mundur regjistrimin në YouTube. Vetëm klikoni mbi "Sign me out". Ju do të mund ta kapërceni këtë hap nëse nuk jeni duke shfrytëzuar ndonjë shërbim tjetër.



Në faqen e ardhshme, YouTube do t'ju kërkojë të dhënat e juaja personale. Nga dritaret e hapura, kryesor është emri përdorues (Username) për arsye se emrin që do ta shkruani do të jetë emri në faqen tuaj të YouTube. Emri (username) duhet të jetë i veçantë dhe nëse emri i selektuar tashmë ekziston, YouTube do t'ju propozojë ndonjë alternativ.

Pas plotësimit të të gjitha fushave, klikoni mbi "Accept" dhe procesi i regjistrimit do të përfundojë.



**YouTube** Search Browse Upload Create Account Sign In

**Get started with your account**

Email Address:

Username:   
 primetime is not available, but the following usernames are:  
☐ primetime877  
☐ primetime3135  
☐ primetime9219  
☐ primetime348  
 Your username can only contain letters A-Z or numbers 0-9  
[Check Availability](#)

Location:

Date of Birth:

Gender: ☒ Male ☐ Female

☒ Let others find my channel on YouTube if they have my email address

☐ I would like to receive occasional product-related email communications that YouTube believes would be of interest to me

Terms of Use: Please review the Google Terms of Service and YouTube Terms of Use below.

Uploading materials that you do not own is a copyright violation and against the law. If you upload material you do not own, your account will be deleted.

By clicking I accept below you are agreeing to the YouTube Terms of Use, Google Terms of Service and Privacy Policy.

Në një dritare të re, shkruani emrin tuaj të përdoruesit dhe fjalëkalimin, të cilin e keni përdorur për cilindo shërbim të Google (p.sh. gmail ose blogger).



**YouTube Google**

Sign into the Google Account you wish to add YouTube to

Email:   
 ex: pat@example.com

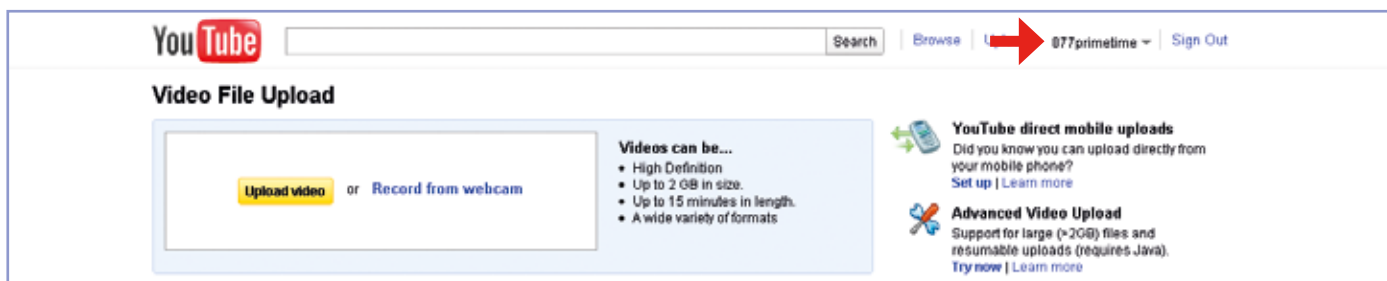
Password:

☒ Stay signed in

[Can't access your account?](#)

Pas kësaj, do të futeni në kanalin tuaj të YouTube. Në këndin e sipërm, klikoni mbi "Upload" për ngarkim dhe do të drejtoheni në faqen ku video-incizimi do të mund të ngarkohet.

Në këndin e sipërm, do të shihni emrin e selektuar nga kanali. Klikoni mbi menynë rrëshqitëse dhe selektoni "My Channel". Do të drejtoheni në faqen ku do të mund t'i ndryshoni parametrat e kanalit tuaj në YouTube.



**YouTube** Search Browse **077primetime** Sign Out

**Video File Upload**

or [Record from webcam](#)

**Videos can be...**

- High Definition
- Up to 2 GB in size.
- Up to 15 minutes in length.
- A wide variety of formats

**YouTube direct mobile uploads**  
 Did you know you can upload directly from your mobile phone?  
[Set up](#) | [Learn more](#)

**Advanced Video Upload**  
 Support for large (>2GB) files and resumable uploads (requires Java).  
[Try now](#) | [Learn more](#)

# Lista e fotografive:

Faqe 11: [www.christopher-robbins.com/wordpress/2009/01/10/sputnik](http://www.christopher-robbins.com/wordpress/2009/01/10/sputnik)  
Faqe 12: [www.sciencedaily.com/releases/2007/08/070831144233.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2007/08/070831144233.htm)  
Faqe 13: [www.h316.org/stuff/kleinrock](http://www.h316.org/stuff/kleinrock)  
Faqe 14: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 14: [scienceblogs.com/startswithabang/2010/09/orbiting\\_earth\\_101\\_what\\_youd\\_s.php](http://scienceblogs.com/startswithabang/2010/09/orbiting_earth_101_what_youd_s.php)  
Faqe 17: [watchmojo.com/web/blog/wp-content/uploads/2010/07/henry-blodget.jpg](http://watchmojo.com/web/blog/wp-content/uploads/2010/07/henry-blodget.jpg)  
Faqe 18: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 18: [en.wikipedia.org/wiki/Dale\\_Dougherty](http://en.wikipedia.org/wiki/Dale_Dougherty)  
Faqe 19: [en.wikipedia.org/wiki/Ebay](http://en.wikipedia.org/wiki/Ebay)  
Faqe 21: [digital-fingerprint.co.uk/2010/09/teaching-comes-first-says-us-author](http://digital-fingerprint.co.uk/2010/09/teaching-comes-first-says-us-author)  
Faqe 22: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 23: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 29: [blogs.dixcdn.com/shine\\_a\\_light/2010/02/03/happy-birthday-norman-rockwell/](http://blogs.dixcdn.com/shine_a_light/2010/02/03/happy-birthday-norman-rockwell/)  
Faqe 30: [www.theexpgroup.com/expand/blog/wp-content/uploads/2010/07/ExP\\_old\\_TV.jpg](http://www.theexpgroup.com/expand/blog/wp-content/uploads/2010/07/ExP_old_TV.jpg)  
Faqe 37: [en.wikipedia.org/wiki/Jeff\\_Jarvis](http://en.wikipedia.org/wiki/Jeff_Jarvis)  
Faqe 43: [www.flickr.com/photos/kk/26146364/](http://www.flickr.com/photos/kk/26146364/)  
Faqe 45: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 51: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 52: [www.rferl.org/content/The\\_Writing\\_Of\\_Omidreza\\_MirSayafi/1514740.html](http://www.rferl.org/content/The_Writing_Of_Omidreza_MirSayafi/1514740.html)  
Faqe 53: [sourceblogger.com/10-worst-countries-to-be-a-blogger/](http://sourceblogger.com/10-worst-countries-to-be-a-blogger/)  
Faqe 53: [cubaupdate-english.blogspot.com/2010/11/yoani-sanchez-wins-cepos-freedom-award.html](http://cubaupdate-english.blogspot.com/2010/11/yoani-sanchez-wins-cepos-freedom-award.html)  
Faqe 54: [riaingushetia.ucoz.ru/news/2010-11-22](http://riaingushetia.ucoz.ru/news/2010-11-22)  
Faqe 61: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 62: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 63: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 65: [www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html](http://www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html)  
Faqe 66: [www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html](http://www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html)  
Faqe 67: [www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html](http://www.membrana.ru/articles/global/2010/08/06/182300.html)  
Faqe 70: [www.finestdaily.com/news/facebooks-mark-zuckerberg-is-person-of-the-year.html](http://www.finestdaily.com/news/facebooks-mark-zuckerberg-is-person-of-the-year.html)  
Faqe 72: Ilustrim i Sandro Asatianit  
Faqe 76: [globalvoicesonline.org/2010/02/01/myanmars-first-barcamp-in-yangon/attachment/05/](http://globalvoicesonline.org/2010/02/01/myanmars-first-barcamp-in-yangon/attachment/05/)  
Faqe 83: [openmap.bbn.com/~tomlinso/ray/ka10.html](http://openmap.bbn.com/~tomlinso/ray/ka10.html)  
Faqe 84: [davidicke.com/forum/showthread.php?t=11956&highlight=jetta&page=1630](http://davidicke.com/forum/showthread.php?t=11956&highlight=jetta&page=1630)





