

## **Ndërmarrja digjitale etnike: Ndërmjetësimi martesor shqiptar përtej kufijve në Dua.com**

Carolin Leutloff-Grandits  
Europa-Universität Viadrina, Frankfurt (Oder)  
Leutloff@europa-uni.de

### **Abstrakti**

Ky artikull shqyrton se si Dua.com, një platformë takimesh e zhvilluar nga një shqiptar nga Kosova i rritur në Zvicër, synon të riformësojë ndërmjetësimin martesor përtej kufijve. I lansuar në vitin 2020, aplikacioni promovon martesat brenda të njëjtit grup etnik duke u paraqitur si një mjet për të lidhur dashuri dhe njëkohësisht si një mjet mbrojtës i kulturës shqiptare. Bazuar në një analizë të vetë prezantimit të platformës, si dhe duke e vendosur këtë në kontekstin e debateve antropologjike mbi etninë, farëfisninë dhe transnacionalizmin, artikulli tregon se si aplikacioni na paraqitet si një bashkë-prodhues i identitetit etnik shqiptar dhe si transformues i praktikave familjare. Përmes algoritmit, aplikacioni merr rol që dikur kryhej nga familjarët ose ndërmjetësit e komunitetit. Kështu, ai synon të ruajë endogaminë etnike dhe vlerat familjare, duke individualizuar njëkohësisht zgjedhjen e partnerit. Funksione si “Fly” dhe “Spotted” zvogëlojnë distancën gjeografike, duke u mundësuar migrantëve shqiptarë të krijojnë marrëdhënie përtej kthimeve sezonale ose ndërmjetësimit familjar. Artikulli argumenton se Dua.com përfaqëson një shembull të ndërmarrjes digjitale etnike që përdor teknologjinë për të ruajtur kufijtë etnikë. Ai rikonfiguron praktikën e farefisnisë dhe kështu riformëson krijimin e familjes në një fushë transnacionale të integruar digjitalisht.

**Fjalë kyçe:** lidhje brenda grupit etnik, platformë takimesh, kufij etnikë, vlera familjare, ndërmjetësim martesor, ndërmarrje digjitale etnike

### **Hyrje**

Kur zbret ose nisesh nga aeroporti i Prishtinës, në kryeqytetin e Kosovës, do të vësh menjëherë re reklamën e kompanisë Dua.com, një aplikacion takimesh që është zhvilluar nga një ndërmarrës shqiptar nga Kosova i rritur dhe i arsimuar në Zvicër. “Dua” do të thotë “I love” (Unë dua / dashuroj) në shqip ndërsa aplikacioni mundëson takime mes shqiptarëve që jetojnë jashtë vendit për të gjetur partnerin apo partneren e tyre. Përmes dukshmërisë publike të platformës nëpërmjet reklamave, takimet digjitale brenda të njëjtit grup etnik bëhen të mundshme, të normalizuara dhe të komercializuara

pasiqë aplikacioni u mundëson shqiptarëve në mbarë botën të lidhen me njëri-tjetrin. Pra aplikacioni i lidhë shqiptarët që jetojnë në emigrim përtej kufijve kombëtarë, duke nxitur lidhjet ndërmjet atyre që jetojnë si jashtë ashtu edhe në vendet e tyre origjiniës. Takimet përmes platformave digjitale janë bërë gjithnjë e më të zakonshme. Studimet tregojnë se në SHBA, si dhe në vende të tjera perëndimore, aplikacionet e takimeve janë bërë një burim i rëndësishëm përmes së cilit çiftet njoftohen për të parën herë para se të hyjnë në lidhje (Rosenfeld et al. 2019). Thelbësore për të gjetur pështatëshmërinë e duhur mes partnerëve është marketingu dhe konfigurimi i këtyre aplikacioneve në mënyrë që individëve tu përshtaten preferencat dhe grupet me të cilat synojnë të krijojnë lidhje. Ndërsa aplikacionet kryesore që janë në treg janë të hapura për të gjithë, viteve të fundit janë krijuar aplikacione specifike për tu shërbyer preferencave të ndryshme. Për shembull aplikacionet u shërbejnë takimeve të rastësishme ose marrëdhënieve serioze, si dhe grupeve të ndryshme shoqërore bazuar në klasën e mesme, akademikët ose elitën, apo identitete gjinore, orientime seksuale dhe fe, siç është aplikacioni i takimeve Muzz për myslimanët. Ekzistojnë gjithashtu aplikacione takimesh që u shërbejnë segmenteve etnike duke theksuar përkatësinë dhe “rrënjët kulturore” (Wu & Trottier 2022). Njëri nga këto aplikacione që ofron një treg specifik sipas kriterëve etnike është Dua.com, i cili është lansuar në qershor 2020 (shih faqen kryesore dua.com). Aplikacionet standarde të takimeve nuk mundësojnë kërkime bazuar në etni mirëpo Dua.com e vendos etninë si parimin e tij organizues, duke u mundësuar shqiptarëve në diasporë të gjejnë partnerë nga “i njëjti komunitet” në afërsi gjeografike, të lidhen me shqiptarë në mbarë botën si dhe të krijojnë dhe të ruajnë lidhjet me atdheun e tyre.

Aplikacioni vetë definohet si diçka e rëndësishme për migrantët që përbëjnë pakica etnike në vendet ku jetojnë. Sipas narrativës së tij promovuese, “në një botë ku 90% e martesave ndodhin brenda të njëjtës etni, aplikacionet e tjera i bëjnë shqiptarët të zhduken në një det profilesh të parëndësishme. Në dua.com, ata kanë një mundësinë e 100% për të gjetur *të duhurin*” (Dua.com, Manifesto). Ky pretendim përputhet me demografinë e Kosovës dhe Shqipërisë, ku përqindje të mëdha të popullsisë kanë emigruar në vende si Gjermania, Zvicra dhe Austria (për shqiptarët nga Kosova), si dhe Italia dhe Greqia (për shqiptarët nga Shqipëria). Për shkak të madhësisë relativisht të vogël të popullsisë së përgjithshme të Kosovës (1.6 milionë në vitin 2024) dhe Shqipërisë (2.4 milionë në vitin 2023), migrantët shqiptarë jashtë vendit përbëjnë një pakicë të vogël numerike brenda shoqërive pritëse. Sipas faqes kryesore të Dua.com, dëshira për të gjetur një partner brenda të njëjtës etni mund të matet edhe në shifra. Në faqen kryesore, ata i referohen tre milionë shkarkimeve, duke përfshirë më shumë se 900,000 përdorues shqiptarë (Dua.com; Features).

Vetë aplikacioni u zhvillua nga Valon Asani, prindërit e të cilit emigruan nga Kosova në Zvicër, ku ai u lind. Kjo kompani ka bazën në Prishtinë, kryeqytetin e Kosovës, dhe operon në sektorin e ICT-së (Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit). Kjo fushë konsiderohet të jetë premtuese veçanërisht për ndërmarrësit me prejardhje migrante nga Kosova të cilët po investojnë gjithnjë e më shumë në të. Bizneset e ICT-së përfshijnë krijimin e aplikacioneve si infrastruktura digjitale që lidhin diasporën shqiptare me atdheun, ndër to edhe aplikacionin e takimeve Dua.com. Kjo platformë mund të kuptohet gjithashtu si një formë e re e ndërmarrjes digjitale etnike, pasi që synon shqiptarët si targetin e tij kryesor të klientëve. Në përgjithësi, unë përdor termin

ndërmarrje digjitale etnike për t'iu referuar ndërmarrësve që kanë target grupin e tyre etnik dhe mbështeten në mjetet digjitale për t'i arritur ata.

Në këtë artikull do të diskutoj se si kjo platformë digjitale e ndërmjetësimit të takimeve ndërtohet mbi domethënien e etnisë dhe farefisnisë për të krijuar partneritete kuptimplota, veçanërisht për shqiptarët që jetojnë jashtë vendeve të tyre të origjinës. Do të shtroj pyetjet se si etnia shqiptare përkufizohet përmes aplikacionit, si platforma mbështetet në vlerat tradicionale të familjes dhe farefisnisë për tu vetë promovuar dhe si ajo njëkohësisht rikonfiguron praktikën e farefisnisë të shqiptarëve të diasporës dhe të atë në vendlindje përmes ndërmjetësimit digjital të takimeve. Për të analizuar vetë promovimin e aplikacionit, mbështetem në literaturën mbi rikonfigurimin dhe bashkë-krijimin e etnisë në hapësirat digjitale (p.sh. Hao 2024), si dhe në literaturën mbi farefisninë dhe familjen në fusha shoqërore transnacionale, duke i kushtuar vëmendje rolit të integritetit digjital dhe teknologjive të përditshme në formësimin e këtyre praktikave.

Aplikacioni vetë promovohet si bashkë-prodhues i identitetit etnik. Dua.com promovon takimet sipas kategorive “etnike”, duke ofruar një mjet përmes së cilit njerëzit që konsiderojnë veten nga një prejardhje e përbashkët mund të lidhen dhe të njihen me njëri-tjetrin pavarësisht distancës gjeografike. Me të theksuar rëndësinë e shenjësve etnikë si origjina dhe gjuha, dhe duke krijuar hapësira digjitale transnacionale për njohje reciproke, aplikacioni synon të krijojë një identitet të përbashkët etnik përtej kufijve, ndërsa në të njëjtën kohë rishpik rëndësinë e kufijve etnikë. Aplikacioni paraqitet veçanërisht i rëndësishëm për shqiptarët me prejardhje migrante dhe, më gjerësisht, për komunitetet shqiptare me popullsi të konsiderueshme në diasporë. Gjithashtu argumentoj se aplikacioni synon të respektojë praktikën dhe vlerat tradicionale familjare, ndërsa njëkohësisht zëvendëson ndërmjetësimin martesor të bazuar në familje me ndërmjetësim algoritmik, duke rikonfiguruar kështu rolin e familjes në përzgjedhjen e partnerit. Gjetjet e këtij artikulli janë pjesë e kërkimit tim antropologjik mbi ndërmarrësit migrantë në Kosovë, i zhvilluar kryesisht në Prishtinë nga viti 2021 deri në vitin 2025. Projekti në tërësi përfshiu një mostër prej 25 ndërmarrjesh të themeluara nga migrantë, ndër to edhe Dua.com, i cili synon një treg specifik etnik në një fushë transnacionale.<sup>1</sup> Në këtë artikull, do të përqendrohem vetëm te Dua.com, pasi që, për të pasur sukses, aplikacioni mbështetet ekskluzivisht në prodhimin e kuptimit të lidhjeve etnike dhe familjare. Gjetjet mbi ndërmarrjen Dua.com, brendimi dhe idea themelore e ndërmjetësimit martesor në raport me etninë dhe familjen bazohen në një shqyrtim kritik të vetë prezentimit të aplikacionit, duke përfshirë faqen e tij kryesore, rrjetet sociale dhe blogun e mirëmbajtur nga vetë kompania, i cili i jep aplikacionit një përmbajtje sociale. Qasja më e thelluar metodologjike së bashku me mundësitë dhe kufizimet e saj paraqitet më poshtë. Në vijim, do të ofroj një parapavijë konceptuale mbi etninë dhe farefisninë brenda debatit socio-antropologjik, me vëmendje të veçantë ndaj kontekstit shqiptar dhe lidhjes me sferën digjitale. Më pas, do të paraqes të dhëna

<sup>1</sup> Hulumtimi i këtij artikulli u financua nga një grant i Asociacionit Leibniz në kuadër të projektit “Familjet, bujqësitë dhe ndërmarrjet transnacionale: Ndërmarrësit migrantë në Kosovë dhe Serbi që nga viti 1960”. Falënderoj të gjithë bashkëbiseduesit e mi, pa të cilët ky kërkim nuk do të ishte i mundur. Po ashtu, dua të falënderoj dy recensuesit anonimë për komentet e tyre kritike të cilat kanë përmirësuar këtë artikull, si dhe falënderoj redaktorët e revistës.

empirike mbi mënyrën se si aplikacioni ndikon në ndërtimin e etnisë dhe besimit brenda familjes, dhe si ai ripërkufizon praktikat familjare dhe martesore. Në fund, do të diskutoj numrin e përdoruesve sipas aplikacionit në vende të ndryshme para se të përmbyll artikullin.

### **Etniciteti dhe farefisnia: Nocione të ddërlidhura**

Për të diskutuar domethënien e etnisë, farefisnisë, dhe familjes në lidhje me aplikacionin e takimeve, është e dobishme të reflektohet mbi bazat teorike të këtyre koncepteve, të cilat për një kohë të gjatë ishin në qendër të antropologjisë sociale. Këto procese janë thellësisht të ndërlidhura me proceset e krijimit të kufijve, përkatësnë dhe riprodhimin.

Në debatet antropologjike, etnia është kuptuar si koncept që ka shumë aspekte dhe i cili është i kontestuar. Ai luhet midis nocioneve të primordalizmit dhe konstruktivizmit, si krijimi i kufijve shoqërorë dhe praktikat diskursive. Geertz (1963) e lidhi etninë me farefisninë përmes nocioneve të gjakut dhe prejardhjes, të cilat ai i pa si bazë për “substancën” kulturore, siç është gjuha e përbashkët, feja, si dhe “ndjenjat primordiale” si përkatësia kolektive. Ndërkaq, perspektiva konstruktiviste e Barth (1969) ktheu vëmendjen nga “substancia” kulturore tek kufijtë shoqërorë përmes të cilëve grupet dallojnë veten në ndërveprim me të tjerët. Elwert (1992) zgjeroi këtë kuptim relational të etnisë duke teorizuar atë si formim situacional i “Wir-Gruppen” (grupeve të “neve”), të cilave kohezioni u forcohet në kontekste konflikti, shpërndarjeje të burimeve dhe mobilizimi politik. Së fundmi, Brubaker (2002) tërhoqi vëmendjen ndaj përcaktimit të etnisë si një entitet i veçantë, duke e konceptuar atë si një “kategori praktike” që përdoret, kontestohet dhe negociohet në jetën e përditshme. Së bashku, qasjet konstruktiviste nënvizojnë se etnia nuk është një esencë fikse, por ndërtohet dhe riprodhohet në mënyrë dinamike përmes praktikës shoqërore. Ajo po ashtu prodhohet përmes kategorizimit bazuar në kontekstin specifik, i cili ka njëkohësisht themel historik, është instrumental politikisht dhe rezonon emocionalisht.

Duke u mbështetur në këto debate klasike mbi thellësinë emocionale, krijimin e kufijve dhe formimin situacional të etnisë, kërkimet e fundit janë kthyer drejt sferës digjitale për të shqyrtuar se si këto procese rindërtohen online, ku identiteti strukturohet njëkohësisht nga infrastrukturat teknologjike dhe ekzekutohet nga përdoruesit. Shumë herët, Diamandaki (2003) e përshkroi këtë si “etni virtuale” dhe tregoi se si grupet diasporike kultivojnë një ndjenjë kolektive përkatësie në mjedise online. Karakusheva (2016) tregoi se mundësitë e mediave sociale ua mundësojnë pakicave të rinegociojnë kufijtë e identitetit të tyre në kontekste transnacionale. Duke zgjeruar këtë perspektivë, Shaban (2025) konceptualizon etninë si pjesë e një “gjeografie digjitale” më të gjerë, ku ajo forcohet përmes dukshmërisë, shpërndarjes dhe kyçjes në internet. Në të njëjtën kohë, vetë këto platforma nuk janë neutrale, dhe algoritmet mund të veprojnë si mjete për krijimin e kufijve. Hao (2024) tregon se si algoritmet e Douyin formësojnë dhe riformësojnë identitetin minzu midis influencuesve të pakicave kineze. Topidi dhe Metcalfe (2024) na paralajmërojnë se infrastrukturat digjitale fuqizojnë dhe njëkohësisht kufizojnë identitetin e pakicave përmes proceseve të përfaqësimit dhe keq përfaqësimit. Kështu, mjetet digjitale bëhen vegla të fuqishme në (ri)ndërtimin e etnisë, pasi ajo

promovohet për të tërhequr klientë dhe për të arritur një ndikim të gjerë, si dhe për t'iu përgjigjur një tregu specifik (shih edhe Evansluong et al 2025).

Brenda asaj që e quaj “ndërmarrje digjitale etnike”, aplikacionet e takimeve që kanë target anëtarët e një grupi të caktuar etnik ofrojnë një shembull veçanërisht ilustrues pasi bazohen në një ide biznesi e cila e bën etninë një parametër të qartë të intimitetit dhe përkatësisë. Siç argumentojnë Ortega dhe Hergovich (2018), platformat e specializuara etnike fokusohen te origjina, gjuha dhe kultura si kritere përzgjedhjeje. Duke vepruar kështu, ato mbështeten në lidhje të supozuara “primordiale”, ndërsa njëkohësisht i forcojnë ato përmes dizajnit algoritmik. Etnia në platforma të tilla nuk është e fiksuar, por lind nga ndërveprimi midis praktikave të përdoruesve, mundësive digjitale dhe logjikës algoritmike – një proces që zbulon natyrën e kushtëzuar, situacionale dhe relacionale të përkatësisë etnike në epokën digjitale.

Kur analizohet Dua.com si një platformë ndërmjetësimi brenda të njëjtës etni, perspektiva e etnisë i bashkohet debateve antropologjike mbi farefisninë, pasi të dyja kryqëzohen thelbësisht. Nocionet esencializuese të etnisë supozojnë një prejardhje të përbashkët dhe kështu krijojnë nocionin e një grupi imagjinar farefisnor. Martesat endogame ose praktikant translokale të kujdesit brenda rrethit të të afërmeve dhe bashkëdhetarëve ofrojnë mekanizma konkretë përmes së cilëve mund të riprodhohen kufijtë dhe solidaritetet etnike. Prandaj, si etnia ashtu edhe farefisnia mund të konsiderohen si praktika për krijimin e kufijve: ato përcaktojnë se kush qëndron brenda dhe jashtë grupit, i rregullojnë intimitetin dhe aleancat, si dhe sigurojnë vazhdimësinë e grupit ndër breza.

Ngjashëm me debatin binar mbi etnicitetin midis qasjeve primordialiste dhe konstruktiviste, koncepti i farefisnisë gjithashtu ka qenë objekt i debatit kritik. Si koncept qendror analitik në antropologjinë sociale, farefisnia fillimisht u konceptua në terma strukturalistë si një sistem i prejardhjes, pra si lidhje e perceptuar gjaku. Aleanca u përkufizua si një sistem shkëmbimi i cili lidh grupet: përmes martesës të huajt shndërron në të afërm pasi anëtarët e familjes dhe të farefisit të partnerit bëhen pjesëtarë të familjes së bashkëshortit (Lévi-Strauss, 1969 [1949]). Këto qasje klasike të farefisnisë si strukturë universale e prejardhjes dhe aleancës u sfiduan thelbësisht nga Schneider (1984), i cili argumentoi se farefisnia duhet të kuptohet më shumë si një konstrukt kulturor.

Megjithatë, nocionet e farefisnisë dhe etnicitetit ndryshojnë sipas vendit, kulturës dhe kohës. Brenda Ballkanit farefisnia dhe familja kanë qenë historikisht thellësisht të ndërlidhura me gjininë, trashëgiminë dhe ekonominë shtëpiake. Gjersa Kaser (1995, 2000) dokumentoi strukturat patrilineare dhe patriarkale të jetës familjare duke theksuar idenë e transmetimit të farefisnisë përmes linjës mashkullore në të gjithë Evropën Lindore dhe Juglindore, Backer (1979) gjithashtu nënvizoi rëndësinë e linjës femërore, veçanërisht në lidhje me praktikant e ndërmjetësimit martesor dhe rëndësinë e krijimit të aleancave përtej asaj që quhet lidhje gjaku.

Duke u mbështetur në punën e Schneider (1984), antropologjia Carsten (1995, 2000) e të tjerë autorë zhvilluan konceptin e lidhshmërisë. Ata tërhoqën vëmendjen tek mënyra se si farefisnia krijohet përmes praktikave të përditshme – ndarjës së ushqimit, jetesës së përbashkët, kujdesit ndaj njëri-tjetrit – dhe se si këto praktika prodhojnë personalitet dhe përkatësi. Bryceson dhe Vuorela (2002) e zgjeruan këtë koncept tek

familjet transnacionale dhe treguan se si farefisnia krijohet përtej kufijve përmes kujdesit, remitancave dhe komunikimit të vazhdueshëm.

Mbështetur në kërkime socio-antropologjike në kontekstin kosovar-shqiptar, Reineck (1991) tregoi se marrëdhëniet patriarkale gjinore ishin të pranishme brenda kushteve të emigracionit të fuqisë punëtore mashkullore në Kosovën e Jugut në fund të viteve 1980. Rreth tridhjetë vjet më vonë, Kadriu (2017) argumentoi se si migrantët shqiptarë e ruajnë përkatësinë përmes vizitave, mbledhjeve familjare dhe praktikave gjatë festave, duke riafirmuar qendrueshmërinë e rrjeteve të farefisnisë në jetën shoqërore. Megjithatë, në lidhje me vitet 1990 dhe fillimin e viteve 2000, Dahinden (2005) ka treguar se lidhjet transnacionale të shqiptarëve të Kosovës që jetonin në Zvicër ishin të kufizuara. Ajo e lidhi këtë me statusin e pasigurt dhe kapitalin e ulët shoqëror në Zvicër, por edhe me rënien e rëndësisë të të afërmeve dhe të njohurve që jetonin në vendin e origjinës rreth marrëdhënieve të përditshme të kujdesit në vendin e emigracionit. Ajo gjithashtu gjeti se këta migrantë kryesisht socializoheshin brenda komunitetit të tyre etnik, gjë që ajo e lidhi me përvojat e diskriminimit nga shoqëria shumicë. Duke u mbështetur në këtë literaturë dhe punën e King dhe Vullnetari (shih, për shembull, King dhe Vullnetari 2009, Vullnetari 2012) të cilët u fokusuan tek rrjetet transnacionale të kujdesit tek shqiptarët nga Shqipëria, kam hulumtuar mënyrën se si marrëdhëniet e farefisnisë rikonfigurohen përtej kufijve të Kosovës në kushtet e migracionit, martesave përtej kufirit dhe kujdesit transnacional. Jam fokusuar se si familjet kosovaro-shqiptare negociojnë rolet gjinore dhe barrierat e emigracionit ndërkohë që ruajnë lidhje të forta translokale. Po ashtu, në punime të mëparshme kam argumentuar se lidhjet farefisnore përtej kufijve mund të ripërtrihen përmes martesave përtej kufirit dhe migracionit të lidhur me martesën (Leutloff-Grandits 2018; 2019; 2023). Në vijim, do të shqyrtoj se si aplikacioni digjital Dua.com paraqet etninë shqiptare dhe vlerat familjare në reklamimin e aplikacionit me qëllim që t'i shërbejë një tregu specifik dhe të tërheqë përdorues.

## **Metodat**

Për të gjuruar bashkë-formësimin e etnisë dhe rikonfigurimin e marrëdhënieve familjare përmes aplikacionit të ndërmjetësimit të takimeve Dua.com, do të përqendrohem kryesisht te analiza e vetë prezantimit dhe vetë brendimit të platformës. Për këtë qëllim, fillova duke analizuar përmbajtjen e platformës përfshirë përshkrimet në *app store* (shqip: shitoren e aplikacioneve) dhe shpjegimet e funksioneve të ndryshme të aplikacionit të cilat i targetojnë përdoruesit potencial. Gjithashtu, analizova faqen kryesore të platformës, e cila ofron informacion më të gjerë se vetë aplikacioni dhe përfshin lidhjen me një blog i cili përmban postime të detajuara të shkruara nga stafi i platformës. Përveç kësaj, konsultova intervista dhe podkaste me themeluesin të publikuara online, si dhe disa artikuj gazetareskë mbi Dua.com. Po ashtu, shqyrtova historitë e suksesshme të ndërmjetësimit të paraqitura publikisht në faqen kryesore të aplikacionit. Këto histori natyrisht se zbulojnë më shumë mbi mënyrën se si kompania dëshiron të prezantohet publikisht dhe llojin e përdoruesve që synon të tërheqë, sesa mbi sjelljen reale të përdoruesve të saj. Për të nxjerrë përfundime mbi përdorimin dhe dimensionin social të aplikacionit nga përdoruesit, të dhënat e paraqitura në faqen kryesore i vendosa në një kontekst shoqëror dhe, në disa raste, i krahasova me statistika të

tjera. Gjithashtu, shqyrtova reagimet online ndaj reklamave dhe markimit të Dua.com në platformën digjitale LinkedIn, ku diskutimet herë pas here ishin kontradiktore. Megjithatë, nuk i citova këto reagime për të shmangur identifikimin e komentuesve individualë. Në vend të kësaj, do të përmbledh linjat kryesore të diskutimeve dhe argumentet qendrore për të përgjithësuar disa aspekte të caktuara të debateve.

Përveç analizës së vetë prezantimit të kompanisë, kam pasur gjithashtu shumë biseda joformale me shqiptarë të Kosovës rreth përdorimit dhe imazhit të Dua.com në Kosovë. Disa nga këto shkëmbime u zhvilluan gjatë intervistave formale me ndërmarrjesmarrës dhe punonjës të ndërmarrjeve të drejtuara nga migrantë, të gjitha bëra me pëlqim të pjesëmarrësve. Si antropologe sociale gjithashtu mbështetem në vëzhgim me pjesëmarrje dhe shkëmbime joformale të jetës së përditshme në Kosovë me njerëz që janë të njoftuar me interesat e mia kërkimore. Këto biseda nuk mund të citohen dhe mbeten anonime, por ato kontribuojnë në të kuptuarit tim të integritit shoqëror dhe domethënies së aplikacionit. Kam shqyrtuar gjithashtu vlerësimet dhe komentet publike mbi platformën, por vendosa të mos i përfshij këto njohuri pasi vërtetshmëria e tyre është e pasigurt. Për më tepër, këto vlerësime kryesisht lidhen me funksionalitetin (e kufizuar) teknik të aplikacionit, e cila është një temë tjetër. Së fundi, mbështetem tek numrat e përdoruesve dhe të dhënat gjeografike të publikuara në faqen kryesore të kompanisë, të cilat ofrojnë tregues sasior mbi përdorimin e aplikacionit. Ndërsa këto shifra nuk mund të verifikohen në mënyrë të pavarur dhe duhet trajtuar me kujdes – pasi kompania mund të ketë interes në formësimin e këtyre të dhënave dhe ato kapin vetëm një moment të caktuar – ato gjithsesi ofrojnë njohuri interesante. Statistika të tilla luajnë gjithashtu një rol në mënyrën se si ndërmarrjesmarrja kërkon legjitimitet dhe njohje. Bazuar në këto shifra, do të diskutoj se si ato mund të interpretohen në lidhje me praktikën e ndërmjetësimit martesor dhe çështjet e integritit. Nuk pretendoj se kam njohuri se si përdoruesit përdorin më të vërtetë platformën apo cilat janë motivet e tyre. Për arsye etike, nuk kam krijuar profil përdoruesi për të kontaktuar përdoruesit për qëllime kërkimore. Ky aspekt mbetet i hapur për kërkime të ardhshme, të cilat do të kërkonin një dizajn metodologjik të ndryshëm dhe udhëzime etike specifike.

Përgjithësisht, analiza e vetë prezantimit të platformës nuk mund të zëvendësojë kërkimin empirik mbi natyrën e takimeve dhe martesave ndër shqiptarët në një kontekst transnacional. Një kërkim i tillë po kryhet aktualisht nga Sylva (2025), i cili fokusohet tek zakonet e martesës së shqiptarëve të Kosovës në Cyrih, duke marrë parasysh etninë, gjininë dhe gjeneratën. Ky punim do të jetë thelbësor për të kuptuar sjelljen gjatë takimeve dhe strategjitë e martesës së migrantëve nga Kosova që jetojnë jashtë, si dhe për të vlerësuar rëndësinë e përdorimit të aplikacioneve të takimeve në këtë kontekst. Do të ishte gjithashtu e dobishme të shqyrtoheshin zakonet e takimeve dhe martesave të shqiptarëve nga Shqipëria dhe/ose të atyre që kanë emigruar në vende të tjera si Gjermania ose Italia. Në përgjithësi, do të ishte e vlefshme të konsideroheshin jo vetëm zakonet e takimeve dhe martesave brenda të njëjtës etni – fokusi i aplikacionit Dua.com – por edhe ato ndër-etnike, siç është gjurmuar, për shembull, në rastin e martesave ndërmjet shqiptarëve dhe serbëve (Hysa 2019).

### **Dua.com si bashkë-krijues digjital i një grupi etnik transnacional**

Nëse e hapni faqen kryesore e Dua.com, shenjimi etnik i aplikacionit është menjëherë i dukshëm. Kjo fillon nga emri shqiptar DUA, që do të thotë “dashuri”, dhe vazhdon përmes sloganeve si “Date Albanians” (Takohuni me shqiptarë) (Faqja kryesore e Dua.com). Duke u prezentuar me shprehje të tilla si: “Zbuloni njerëz që kanë rrënjët tuaja. Eksploroni profile që ju përgjigjen në vlera, tradita dhe interesa të përbashkëta. Gjeni të duhurin” (Dua.com), aplikacioni performon dhe bashkë-prodhon imagjinatën e një identiteti shqiptar diasporik bazuar në idetë dhe sentimentet primordiale të etnisë (Geertz 1963). Ai rendit vlera kulturore si besa (nderi), ushqime si byreku, i cili paraqitet si pjatë kombëtare e përgatitur në çdo shtëpi shqiptare. Aplikacioni po ashtu paraqet lidhjen emocionale me flamurin shqiptar dhe me shqiponjën dykrenare mbi sfond të kuq, që del si simbol etno-kombëtar për të gjithë shqiptarët pavarësisht ekzistencës së dy shteteve shqiptare. Pjesë e vetë prezentimit të aplikacionit janë edhe përshëndetjet e orientuara nga farefisnia, si për shembull pyetja “E kujt je?” që përdoret kur vihet komunikim me shqiptarë të tjerë (shih faqen kryesore të dua.com). Këto kode kulturore sugjerohet se gjenerojnë lidhje emocionale midis shqiptarëve përmes së cilave mund të rritet dashuria, kujdesi dhe ndjenja e të qenit në shtëpi, ose më përgjithësisht të ndërtohen marrëdhënie afatgjata. Me “Manifestin për DASHURINË Shqiptare që kalon kufijtë dhe ruan ADN-në tonë shqiptare” (Manifesti i dua.com), platforma e ndërmjetësimit të takimeve thekson ambicien e saj për të “rikthyer rrënjët” dhe “rindërtuar familjet”, duke lidhur në mënyrë të qartë etninë shqiptare me farefisninë.

Në platformën Dua.com, krijimi i profilit nënkupton vetë-identifikim sipas parametrave etnikë duke riprodhuar kështu idenë e një komuniteti shqiptar global – pavarësisht nëse dikush i përket popullsisë shqiptarofolëse në Kosovë, Shqipëri, Maqedoni të Veriut, Mal të Zi, ose komuniteteve diasporike që gjithashtu mund të identifikohen me Gjermaninë ose Zvicrën. Derisa karakteristikat dhe preferencat e tjera të identitetit brenda profilit në platformë shpesh mund të ndryshohen, etnia mund të ndryshohet vetëm një herë. Kjo supozon se edhe mund të ndodhin gabime gjatë regjistrimit, mirëpo etnia në përgjithësi nuk është zgjedhje, por diçka e lindur, e rrënjësuar në emocione, vlera dhe karakteristika.

Për të theksuar cilësinë e aplikacionit, ai gjithashtu shfrytëzon karakteristika stereotipike zvicerane dhe shqiptare që paraqiten si komplementare. Nga njëra anë, Dua.com prezentohet në faqen kryesore si platformë takimesh me “cilësi zvicerane” dhe “precizitet zviceran”, duke theksuar epërsinë teknike si një veçori zvicerane – diçka që mund të lidhet edhe me rritjen dhe arsimimin e themeluesit në Zvicër. Në të njëjtën kohë, aplikacioni synon të ndezë “zjarrin shqiptar” dhe “pasionin shqiptar” – dhe më përgjithësisht “dashurinë” – duke i atribuar cilësi emocionale identitetit shqiptar. Megjithatë “dashuria” paraqitet si diçka serioze, si një shprehje identiteti për të ruajtur dhe çmuar kulturën dhe vlerat shqiptare dhe për të forcuar lidhjet midis shqiptarëve duke balancuar shpërndarjen e tyre në shumë vende për shkak të emigracionit (shih faqen kryesore të Dua.com).

Platforma e ndërmjetësimit të takimeve i drejtohet veçanërisht migrantëve shqiptarë të cilët brenda aplikacionit përmenden si diasporë, duke theksuar kështu lidhjen e tyre me një atdhe të perceptuar ose një shtet “trashëgimie” nga ku ata ose prindërit apo

gjyshërit e tyre kanë migruar. Në një artikull mbi Dua.com (Hylkema 2023), migrantët shqiptarë paraqiten sikur ndërtohet të “komuniteteve të forta etnike në vendin pritës”, ose si të përhapur në mbarë botën që “lëngojnë për lidhje kulturore”. Për më tepër, supozohet se migrantët mund të ndihen të huaj në vendet e emigracionit për shkak të dallimeve në gjuhë, fe, ushqim dhe vlera. Duke iu referuar Barth (1969) dhe Elwert (1992), mund të argumentohet se dramatizimi i shpërndarjes së migrantëve dhe përvojave të ndryshme përmes mobilizimi të kohezionin etnik, aplikacioni nxitë krijimin e kufijve sipas kategorive etnike. Ai po ashtu krijon një lloj grupi digjital etnik “ne” që nuk lidhet me një vend specifik, por vepron në mënyrë transnacionale.

Pa pritje, në qershor 2024 Dua.com nisi një fushatë të vogël në Berlin e cila testoi opinionin publik mbi takimet sipas linjave etnike duke shfaqur një billboard të vetëm me mbishkrimin: “Unë takohem vetëm me... gjermanë”. Në billboard ishin të paraqitur edhe opsione të tjera si shqiptarë, ukrainas, djem myslimanë dhe njerëz shpirtërorë. Reklama nxitë një debat shumë polarizues në forumet online si LinkedIn, ku shumë zëra argumentuan se kjo ishte një qasje esencialiste, populiste dhe madje raciste, që forconte segregimin, ndarjet shoqërore dhe diskriminimin. Disa komentues sugjeruan se ky mesazh dukej veçanërisht kundër-intuitiv për një aplikacion të krijuar për migrantët pasi dukej se i përjashtonte ata si partnerë të mundshëm në shoqëritë e emigracionit, në vend që të vlerësonte diversitetin dhe hapjen. Slogani “Unë takohem vetëm me gjermanë” gjithashtu nxitë pyetjen pasuese: “Kush është gjerman?” A i referohet kjo shtetësisë – dhe për këtë arsye përfshin shqiptarët e natyralizuar – apo ndoshta bazohet në vetë identifikim? Apo është rrënjësor në lidhje dhe prejardhje të supozuara etnike, duke nënkuptuar përkatësinë vetëm përmes “prejardhjes gjermane”, koncept ky i bazuar në nocione gjenetike të kulturës dhe përkatësisë, dhe historikisht i lidhur me racizmin? Megjithatë, shumë zëra të tjerë mbrojtën reklamën, duke argumentuar se takimi ka të bëjë me gjetjen e përputhshmërisë dhe preferencave, dhe se etniciteti, feja apo kultura mund të ndikojnë legjitimisht në përzgjedhjen e partnerit. Ata gjithashtu thanë se slogani pasqyronte mënyrën se si bëheshin takimet tashmë – thjesht e bëri atë të dukshme. Në fund, kjo fushatë nxjerr në pah ekuilibrin e vështirë që ndërmarrësit etnikë duhet të gjejnë midis shërbimit të tregjeve të bazuara në identitet dhe navigimit të normave më të gjera shoqërore rreth diversitetit, përfshirjes dhe zgjedhjes individuale.

Në kundërshtim me mendimin e përhapur se martesat brenda etnisë tek migrantët përfaqësojnë një formë vetë-ndarjeje (Carol 2016), zëdhënësi i platformës digjitale argumenton se martesat brenda etnisë lehtësojnë integrimin në vendin e emigracionit pasi ato ofrojnë një mundësi për të pasur kontakt me dikë që flet gjuhën e familjes dhe ka pasur përvoja të ngjashme si një migrant shqiptar jashtë vendit (Bami 2020). Në këtë aspekt, argumenti i tij është në përputhje me studiuesit kryesorë të migracionit, të cilët theksojnë se ruajtja e kulturës dhe gjuhës së origjinës nuk bie domosdoshmërisht ndesh me mësimin e gjuhës dhe vlerave të vendit pritës, por mund të nxisë një ndjenjë të dyfishtë përkatësie me potencial të madh (p.sh. Berry 1997; Portes dhe Rivas 2011).

Zëdhënësi i aplikacionit pretendon gjithashtu se martesat brenda etnisë janë më të qëndrueshme. Për ta vërtetuar këtë, ai i referohet studimeve të tilla si Manasse et al. (2017), të cilat shqyrtojnë shkallën e divorcit në Itali dhe dalluan midis martesave ndër-etnike dhe brenda-etnike, duke treguar se “martesat ndër-etnike kanë një rrezik dukshëm më të lartë ndarjeje se martesat brenda-etnike, edhe kur merret parasysh

vetë-zgjedhja” (cituar në Hylkema 2023).

Megjithatë, është e rëndësishme të theksohet se Manasse et al. (2017) përcaktojnë martesat “ndër-etnike” si “martesa ku bashkëshortët janë lindur në vende të ndryshme” dhe jo të bazuara në supozimet e rrënjëve kulturore origjinale. Kjo do të thotë se rastet që konsiderohen brenda-etnike nga Dua.com mund të kategorizohen si ndër-etnike në studim thjesht sepse bashkëshortët janë lindur në dy vende të ndryshme, duke nënkuptuar një rrezik më të lartë për martesat përtej kufirit që promovon platforma. Sidoqoftë, do të nevojitej një kërkim empirik për të përcaktuar nëse martesat brenda etnisë midis shqiptarëve janë më të qëndrueshme se martesat ndër-etnike. Për më tepër, do të ishte e nevojshme të vlerësohej nëse martesat midis shqiptarëve që kanë histori migracioni dhe takohen në vendin e emigracionit janë më të qëndrueshme se martesat midis një migranti shqiptar dhe një partneri që jeton në Kosovë ose Shqipëri dhe më pas migron përmes martesës. Megjithatë, aktualisht, nuk ekzistojnë të gjetura statistikore. Në Gjermani, për shembull, statistikave zyrtare të divorcit nuk regjistrojnë origjinën etnike; shtetësia shfaqet në disa tabela, por jo në lidhje me origjinën e bashkëshortëve nëse ata janë natyralizuar. Mikrokensusi jep informacion mbi prapavinë e migracionit (bazuar në vendin e lindjes së personit vetë ose të prindërve të tij), por nuk regjistron divorcet me kalimin e kohës – me fjalë të tjera, mund të përshkruajë se kush është martuar me kë, por jo se kush divorcohet më vonë.

### **Rikonfigurimi i vlerave familjare nga Dua.com**

Dua.com paraqitet si një platformë serioze për gjetjen e partnerit në krahasim me takimet rastësore. Aplikacioni mëton se i përshtatet normave të perceptuara familjare shqiptare të cilat theksojnë martesën dhe vazhdimësinë e brezit si dhe riprodhimin e respektueshmërinë familjare. Si një platformë digjitale për shqiptarët për gjetjen e partnerit, aplikacioni madje e paraqet veten si “msiti” modern (fjala shqiptare për ndërmjetës martesash që përdoret në Kosovë). Ai mbështetet në traditën shqiptare për të përfshirë familjen në përzgjedhjen e partnerit, por e zëvendëson këtë rol përmes ndërmjetësimit algoritmik. Duke vepruar kështu, aplikacioni paraqitet si një zëvendësim i ndërmjetësimit tradicional të bazuar në fafesisni, ndërkohë që e riformëson atë në formë digjitale.

Deri në vitet 1990 të rinjtë në Kosovën rurale shpesh martoheshin me ndihmën e një msiti, ndonjëherë pa u parë fare me njëri-tjetrin paraprakisht (Reineck 1991). Siç është vërejtur në Kosovën rurale jugore, kjo ndryshoi në vitet 2000, kur marrëdhëniet romantike u bënë gjithnjë e më shumë baza për martesë. Megjithatë, martesat ishin dhe mbetën shpesh e strukturuar nga përfshirja e familjes, dhe pyetja është vetëm kur – dhe jo nëse – familja përfshihet. Edhe pse shumë çifte të reja takohen në shkollë ose universitet, ata/ato ende përfshijnë të afërmit për të nisur fejesën dhe martesën. Familja shërben si një masë e rëndësishme e reputacionit, dhe çiftet vlerësohen përmes këtij këndvështrimi (Leutloff-Grandits 2023).

Përfshirja e familjes bëhet edhe më e rëndësishme në martesat përtej kufirit dhe proceset e lidhura me migrimin, si për shembull mes Kosovës dhe Gjermanisë. Siç është vërejtur në Kosovën jugore, presioni kohor me të cilin përballen migrantët për të gjetur një partner të mundshëm gjatë vizitave në vendlindje ka nxitur përfshirjen e të afërmeve për të përshpejtuar ndërmjetësimin. Të afërmit gjithashtu përfshihen në verifikimin e

reputacionit të kandidatit potencial, duke krijuar një siguri dhe parashikueshmëri përtej distancës. Për shembull, pasi çifti të jetë parë mes vete për herë të parë në një dasmë në Kosovë, takimi ballë për ballë shpesh organizohet nga të afërmit dhe zhvillohet në praninë e tyre, dhe vetëm më vonë vazhdon përmes takimeve online në rrjetet sociale. Kështu, familja vepron si një mbikqyrës dhe një burim duke i ndihmuar anëtarët e rinj të familjes të bëjnë një zgjedhje të mirë dhe duke ndërtuar një rrjet mbështetjeje mbi të cilin çifti i ri mund të mbështetet. Për më tepër, përzgjedhja e partnerit duhet të jetë në përputhje me familjen për të siguruar pranimin. Prandaj, ndërmjetësimi dhe martesat janë çështje familjare që bashkojnë dy familje dhe krijojnë rrjete të reja farefisnore (Leutloff-Grandits 2023).

Në Kosovë, ekziston idea se migrantët shqiptarë priren të jenë “pak më konservatorë [se shqiptarët në Kosovë] për t’i mbajtur fëmijët e tyre dhe për t’u siguruar që ata të kthehen gjatë verës dhe të martohen me një kosovar”, siç më tha në një intervistë një përfaqësues i lartë i ministrisë së diasporës në Kosovë. Siç është vërejtur në rrjetet familjare përtej kufinjëve në Kosovën rurale jugore, në disa familje migrantësh shqiptarë ekzistojnë pritshmëri të forta prindërore që fëmijët e tyre të martohen me shqiptar, ndërsa pranimi i një partneri jo-shqiptar është i ulët. Kjo ushtron presion mbi të rinjtë që t’i përmbahen kësaj norme. Për shkak se prindërit gjithashtu i socializojnë fëmijët e tyre në këtë mënyrë, këto norma shpesh edhe internalizohen dhe nuk vihen në dyshim nga brezi i ri (Leutloff-Grandits 2023).

Në të njëjtën kohë, “brezi i ri dëshiron një frymë ndryshe”, siç vazhdon më tej përfaqësuesi i lartë i ministrisë së diasporës. Pikërisht këtu hyn në lojë aplikacioni Dua.com: brenda komunitetit etnik të krijuar në mënyrë digjitale, norma e martesës me një shqiptar tjetër plotësohet, ndërsa përdoruesit kanë një liri më të madhe për të zgjedhur sipas preferencave të tyre, përfshirë edhe vendndodhjen. Zhvendosja e kontaktit fillestar në hapësira private, të ndërmjetësuar nga aplikacioni dhe të udhëhequra nga algoritme dhe kultura e “rrëshqitjes me gisht” (swiping), hap një kërkim më të individualizuar për partner brenda për brenda kornizës normative të “përputhjeve shqiptare”. Për migrantët shqiptarë që duan të njohin shqiptarë tjerë, dhe ndoshta nga Shqipëria ose Kosova, Dua.com paraqitet si një mundësi që e pavarëson ndërmjetësimin e partnerëve nga vizitat fizike në vendlindje dhe nga përfshirja e familjes si msit. Kjo riformëson dimensionet kohore dhe gjeografike të ndërmjetësimin të martesës.

Duke u paraqitur si një platformë serioze për gjetjen e partnerit, Dua.com reklamohet si diçka normale dhe e respektueshme për të kërkuar një partner. Kështu, nuk ka nevojë të fshihet nga anëtarët e familjes, por që madje mund të rekomandohet nga vëllezërit të motrat dhe të respektohet nga prindërit si një mjet i dobishëm për gjetjen e partnerit të duhur. Ajo paraqitet si një mjet që i lehtëson familjet nga përgjegjësitë e tyre për ndërmjetësimin e martesave, veçanërisht për ata që vlerësojnë martesat brenda të njëjtit grup etnik. Në një nga historitë e dashurisë të publikuara në faqen kryesore të Dua.com, një grua e re shpjegoi se prindërit e saj e dinin që ajo e kishte njohur partnerin e saj përmes aplikacionit Dua.com dhe “e mbështetën pa hezitim.” Në këtë mënyrë, Dua.com prezentohet si një platformë që redukton mbikëqyrjen e menjëhershme familjare, duke ruajtur pritshmëritë kulturore njëkohësisht. Siç përshkruhet në faqen kryesore të Dua.com, “Këto histori pasqyrojnë misionin tonë: të ndërtojmë marrëdhënie kuptimplota, të krijojmë familje shqiptare të forta dhe të shëndetshme, dhe të ruajmë

identitetin tonë për brezat e ardhshëm.”

Në përgjithësi, aplikacioni ndjek një rrugë delikate pasi ndryshon mënyrën se si shqiptarët kërkojnë partner, ndërkohë që në të njëjtën kohë respekton normat familjare dhe paraqitet si një mjet që merr përndërmarrjes përgjegjësitë tradicionale familjare të ndërmjetësimit.

Kjo përputhet me një model mjaft konservator gjinor. Shumë nga historitë e dashurisë të paraqitura në faqen kryesore të Dua.com shfaqin gra nga Kosova që martohen me partnerë shqiptarë që jetojnë jashtë vendit, duke reflektuar shpesh pritshmëri gjinore konservatore në të cilat burrat paraqiten si siguruesit kryesorë të të ardhurave. Megjithatë, kjo nuk përputhet gjithmonë me realitetin shoqëror pasi gratë migrante shpesh përfshihen në punë të paguar në vendin e migrimit dhe burrat nga Kosova poashtu migrojnë përmes martesës. Për shembull, në vitin 2012, rreth 37% e migrantëve bashkëshortorë nga Kosova drejt Gjermanisë ishin burra, dhe shumica prej tyre iu bashkuan bashkëshortëve me shtetësi gjermane (Büttner dhe Stichs 2014: 43) – që mund të përfshijë edhe migrantë të natyralizuar. Duke pasur parasysh se sponsorizuesit duhet të dëshmojnë të ardhura të mjaftueshme, mund të supozohet se në këto martesë gratë ishin sigurueset kryesore të të ardhurave – të paktën për një periudhë fillestare (shih gjithashtu Leutloff-Grandits 2019; 2023).

Platforma Dua.com gjithashtu ofron veçori të ndryshme sipas gjinisë. Përdoruesit meshkuj janë të detyruar të verifikojnë profilet e tyre, duke reflektuar shqetësime të sigurisë të lidhura me gjininë, ndërsa gratë kanë opsionin ekskluziv për të aktivizuar mënyrën incognito e cila u mundëson atyre të shfletojnë profilet e të tjerëve pa qenë të dukshme për ta. Kjo u jep grave mundësinë të vendosin kur dhe si të ndërveprojnë me përdorues të tjerë, pa u ndjerë të detyruara apo nën presion. Kjo lidhet gjithashtu me konceptet gjinore të nderit dhe respektueshmërisë, të cilat përputhen me normat tradicionale gjinore shqiptare, sipas të cilave është e rëndësishme që gratë të mos duken si “të disponueshme” dhe lehtësisht të qasshme për burrat jashtë rrethit familjar, duke mbrojtur kështu reputacionin e tyre dhe të familjes në proceset e ndërmjetësimit të martesës. Në të njëjtën kohë, mënyra incognito ka potencialin të ndryshojë pozicionet tradicionale gjinore, pasi kërkon që gratë të marrin hapin e parë në kontaktimin e përputhjeve të mundshme, duke i pozicionuar ato si palë aktive, meqenëse përdoruesit e tjerë e shohin profilin e tyre vetëm pasi ato të kenë nisur bisedën.

### **Implikimet transnacionale: Çfarë rëndësie ka lokaliteti?**

Në deklaratën e paraqitjes së misionit të tij, aplikacioni u referohet dy shteteve kombëtare të shqiptarëve, Kosovës dhe Shqipërisë, por edhe diasporës në përgjithësi “në mbarë botën” për “gjetjen e të duhurit”. Faqja kryesore e Dua.com pretendon se më shumë se një milion shqiptarë nga 178 vende e kanë shkarkuar aplikacionin, dhe mbi 900.000 prej tyre e kanë përdorur në mënyrë aktive platformën për të ndërtuar marrëdhënie brenda të njëjtit grup etnik, “pa marrë parasysh se ku ndodhen në botë”. Faqja kryesore gjithashtu liston vendet me numrin më të madh të përdoruesve shqiptarë: Shqipëria me 258,385 përdorues; Kosova me 232,426 përdorues; Gjermania, që është destinacioni kryesor i migrimit për shqiptarët e Kosovës, me 110,135 përdorues; Maqedonia e Veriut, e cila ka një pakicë të konsiderueshme shqiptare, me 56,514 përdorues; Italia, që është destinacioni kryesor i migrimit për shqiptarët nga Shqipëria, me 46,082

përdorues; Mbretëria e Bashkuar me 38,978 përdorues; Zvicra me 38,311 përdorues; Greqia me 23,726 përdorues; Franca me 16,227 përdorues dhe Shtetet e Bashkuara me 13,284 përdorues. Mirëpo pasi këto shifra janë të ndryshueshme nuk mund të verifikohen në mënyrë të pavarur duhet të trajtohen me kujdes. Megjithatë, shifrat e paraqitura shërbejnë për të ilustruar shtrirjen globale të aplikacionit, dhe numrat e përdoruesve në vendet individuale interpretohen si dëshmi e suksesit të misionit të aplikacionit.

Informacioni se shumica e përdoruesve ndodhen në Shqipëri dhe Kosovë, dy shtetet kombëtare shqiptare, paraqitet si dëshmi se këto vende përbëjnë “zemrën” e aplikacionit dhe se ai është “thellësisht i rrënjësuar në komunitetin shqipfolës”, duke u mundësuar “shqiptarëve që jetojnë jashtë (...) të qëndrojnë të lidhur me rrënjët e tyre” – dhe “të gjejnë dashurinë, përtej kufijve dhe zonave kohore.” Siç reklamohet më tej, aplikacionisynon të tejkalojë kufijtë duke krijuar një “hapësirë të besueshme” për njerëzit që të “gjejnë dashuri dhe të ndërtojnë lidhje kuptimplota”, e përmbledhur në sloganin: “Një aplikacion. Një komb. Pa kufij.”

Për të arritur këtë qëllim, aplikacioni ofron veçorinë “Fly” e cila u mundëson përdoruesve të kërkojnë përputhje dhe të ndërtojnë marrëdhënie në lokacione të ndryshme, përfshirë edhe përtej kufijve (shih gjithashtu Hylkema 2023). Për migrantët, kjo do të thotë se ata mund të “fluturojnë” virtualisht përsëri në “atdheun” e tyre në Kosovë ose Shqipëri ose të zgjedhin një vendndodhje specifike atje, si për shembull rajonin nga i cili e kanë origjinën, apo edhe vende të tjera kudo në botë. Për ata që jetojnë në Shqipëri dhe Kosovë, kjo mundëson lidhjen digjitale me migrantët shqiptarë që jetojnë jashtë vendit. Siç thuhet në faqen kryesore: “Qoftë duke takuar shqiptarë në qytete të tjera, qoftë duke eksploruar diasporën, apo duke u kthyer në vendlindje për të gjetur dikë që ndan rrënjët dhe kulturën tuaj, Fly e ngushton distancën dhe e afron komunitetin tonë.”

Mënyra digjitale “Fly” e bën të mundur ndryshimin virtual të vendndodhjes dhe rikonfiguron hapësirën: distanca gjeografike kompresohet në mënyrë digjitale dhe mund të riformulohet nga një pengesë në një mundësi për ndërmjetësim në distancë. Për më tepër, platforma ofron edhe veçorinë “Spotted”, e cila u mundëson përdoruesve të identifikojnë një përdorues tjetër pranë tyre dhe të lidhen pasi të krijohet përputhja. Në përgjithësi, veçori si “Fly” dhe “Spotted” ndihmojnë në hartëzimin e shqiptarëve në vende të ndryshme, duke e shndërruar një popullatë të shpërndarë nëpër vende të ndryshme në një grup etnik të dukshëm dhe të perceptueshëm.

Megjithatë, të dhënat e përdoruesve të paraqitura në faqen kryesore të Dua.com tregojnë gjithashtu se përdorimi i aplikacionit ndryshon sipas vendndodhjes. Sipas këtyre të dhënave, përdoruesit shqiptarë në Zvicër shfaqin një dëshirë më të theksuar për t’u lidhur me individë që gjithashtu jetojnë në Zvicër. Supozohet se kjo përzgjedhje bazohet kryesisht në stilin e përbashkët të jetesës mes shqiptarëve që jetojnë në Zvicër, shumë prej të cilëve janë vendosur atje në vitet 1990 dhe më herët. Që nga fillimi i viteve 2000, rrugët ligjore të migrimit nga jashtë Bashkimit Evropian drejt Zvicrës u kufizuan përpos rasteve të martesës dhe migrimit familjar.

Në Zvicër tashmë jeton edhe brezi i dytë dhe madje i tretë i migrantëve me prejardhje familjare shqiptare. Krahas prejardhjes së tyre kulturore shqiptare, këta breza kanë përqaftuar edhe aspekte të kulturës zvicerane dhe duket se preferojnë marrëdhënie me shqiptarë që janë të integruar në të njëjtin mjedis social dhe kulturor. Të lindur dhe të rritur jashtë vendit, ata mund ta konsiderojnë veten jo vetëm shqiptarë, por edhe

zviceranë, flasin shqip dhe gjermanisht dhe dëshirojnë të takojnë njerëz të ngjashëm. Ky model përputhet me gjetjen e mëhershme të Dahinden (2005) sipas së cilës lidhjet transnacionale të shqiptarëve të Kosovës ishin të kufizuara, gjë që ai ia atribuoi statusit të tyre të pasigurt dhe kapitalit të ulët social në Zvicër në vitet 1990 dhe fillim të viteve 2000. Megjithatë, në shumë raste statusi i tyre është stabilizuar që atëherë.

Sipas informacioneve në faqen kryesore të Dua.com, shqiptarët që jetojnë në Gjermani dhe që kërkojnë një partner shqiptar kanë më shumë gjasa të përdorin mënyrën “Fluturimi virtual” për t’u “kthyer” në vendin e tyre të origjinës dhe për të gjetur një partner atje. Nëse këto të dhëna janë të sakta, do të nevojiteshin studime empirike për të shqyrtuar arsyet e kësaj preference. Megjithatë, duke e vendosur këtë praktikë brenda kontekstit, mund të supozohet se lidhet me dallimet në profilin e shqiptarëve në Gjermani krahasuar me ata në Zvicër, ku një përqindje më e madhe ka migruar më së fundmi. Që nga viti 2016, rregullorja për Ballkanin Perëndimor ka lehtësuar qasjen në tregun gjerman të punës për punëtorët nga Kosova, Shqipëria dhe shtetet e tjera të Ballkanit Perëndimor, dhe deri në vitin 2023 rreth 20,000 shqiptarë nga Kosova u punësuan në Gjermani mbi këtë bazë. Në vitin 2025, numri i vizave në vit u dyfishua (Germany Visa 2025). Mund të supozohet se shumë nga këta migrantë kanë njohuri të kufizuara të gjuhës dhe kulturës gjermane dhe për këtë arsye kanë më shumë gjasa të kërkojnë partnerë në vendin e tyre të origjinës sesa ata që janë rritur apo madje kanë lindur jashtë vendit.

Një përputhje në aplikacion mund të nënkuptojë edhe migrim për martesë. Kështu, aplikacioni mund të ndikojë në rrjedhat e migrimit në mënyrë indirekte, duke lehtësuar ribashkimin familjar, si dhe lëvizjet e reja transnacionale midis konteksteve të emigrimit dhe imigrimit pasi forcon lidhjet përtej kufinjëve. Kjo mund të lidhet gjithashtu me faktin se migrantët shqiptarë që duan të martohen me shqiptarë mund të kenë vështirësi të gjejnë partnerë potencial në vende si Gjermania, Zvicra, Austria ose vende të tjera pritëse të imigrantëve për shkak se mund të ketë relativisht pak shqiptarë në vendet ku jetojnë. Aplikacioni mundëson kontakt me partnerë të mundshëm përtej kufizimeve lokale. Sërish, një studim cilësor mbi natyrën e takimeve që fokusohet në perspektivat e shqiptarëve në Gjermani dhe vende të tjera pritëse si Zvicra – siç po kryen aktualisht Syla për shqiptarët që jetojnë në Cyrih – do të ishte shumë i vlefshëm dhe informues.

Mund të supozohet se për shqiptarët në Kosovë dhe Shqipëri platforma është më pak e rëndësishme sesa për ata që jetojnë në komunitete emigrantësh pasi të qenit shqiptar nuk është një tregues ekskluziv por një shenjzues shumë i përhapur në këto vende. Në Kosovë, shqiptarët përbëjnë më shumë se 90 përqind të popullsisë së përgjithshme, ndërsa në Shqipëri rreth 85 përqind. Nëse individët dëshirojnë të takohen me një shqiptar, ata mund të gjejnë një partner potencial në shkollë, universitet ose në një kafe, apo gjatë takimeve me miq. Për më tepër, ekzistojnë edhe shumë platforma të tjera që ata mund të përdorin nëse duan të angazhohen në takime online brenda shoqërisë së tyre. Në biseda joformale me shqiptarë në Kosovë, dëgjova gjithashtu se njerëzit nuk janë të gatshëm të paguajnë për platformën, që do të thotë se ata e shkarkojnë Dua.com, por shpesh nuk blejnë versionin premium, i cili është i nevojshëm për të përdorur mënyrën “Fly”. Përsëri, një studim i thelluar empirik për të kuptuar më mirë sjelljet e takimeve të shqiptarëve që jetojnë në Kosovë dhe Shqipëri dhe rëndësinë e aplikacioneve si Dua.com do të ishte i nevojshëm.

Megjithatë, mund të supozohet se Dua.com ka rëndësi për shqiptarët nga Kosova dhe Shqipëria të cilët kërkojnë partnerë shqiptarë jashtë vendit, për shembull në Zvicër dhe Gjermani. Kjo mund të shpjegojë numrin e lartë të përdoruesve nga Kosova dhe Shqipëria në ndërmjetësim përtej kufinjëve siç paraqitet në faqen kryesore të Dua.com. Sipas platformës, shqiptarët e Kosovës kërkojnë më shpesh partnerë në Zvicër dhe Gjermani, ndërsa shqiptarët nga Shqipëria, nga ana tjetër, priren të kërkojnë partnerë në Mbretërinë e Bashkuar, Itali dhe Greqi. Kjo ndoshta pasqyron numrin e madh të migrantëve nga Kosova dhe Shqipëria në këto vende përkatëse. Në të njëjtën kohë, kjo e dhënë sugjeron se etnia është një kategori relativisht e gjerë në preferencat për takime dhe se dallimet në paravinë shoqëror – dhe ndoshta edhe në rrjetet transnacionale familjare – midis shqiptarëve nga Kosova dhe atyre nga Shqipëria formësojnë praktikën e ndërmjetësimit. Këto dallime do të përfitonin nga vëmendje më e madhe empirike në kërkime të ardhshme mbi sjelljet në takime.

### **Përfundime**

Dua.com nuk është thjesht një aplikacion për takime; ajo është një infrastrukturë digjitale që synon të bashkë-prodhojë identitetin shqiptar dhe të shfaqë grupin etnik shqiptar si një komunitet transnacional i imagjinuar. Në këtë kuptim, një analizë e përfaqësimit të vetes nga aplikacioni kontribuon në debatet antropologjike mbi etninë dhe marrëdhëniet familjare në epokën digjitale, si dhe në diskutimet brenda transnacionalizmit, studimeve të migrimit dhe ndërmarrjesmarrjes etnike. Me fokusin e saj te ndërmjetësim, Dua.com thekson etninë duke e lidhur atë me një kulturë dhe ADN të theksuar shqiptare, të cilat na paraqiten se do të përforcohen përmes martesës me partnerin e duhur – shqiptar – qoftë përtej kufijve, qoftë brenda vendit të imigrimit.

Analiza e marketingut të aplikacionit gjithashtu tregon se ai është dizajnuar për të funksionuar brenda një fushe sociale transnacionale, ku detyrimet familjare, dashuria dhe praktikën e martesës shtrihen përtej kufijve. Në fakt, ai aktivisht konverton distancën gjeografike në një aset thelbësor të tregut, duke transformuar martesën përtej kufinjëve nga një sfidë logjistike në një mundësi digjitale. Aplikacioni jo vetëm që lidh përdoruesit, por ai gjithashtu normalizon intimitetin digjital – përfshirë atë transnacional – si një bazë legjitime për të krijuar familje. Martesa paraqitet si një strategji për kujdes dhe vazhdimësi shoqërore, e cila mbështetet nga logjika digjitale e ndërmarrjesmarrjes dhe etosi i endogamisë etnike.

Ekziston një ndërveprim paradoksal midis vazhdimësisë dhe transformimit në ndërmjetësimin digjital të partnerëve përmes praktikave kulturore të hibridizuara. Gjersa aplikacioni promovon ruajtjen e endogamisë etnike dhe të vlerave familjare, veprimtaria dhe kohëzgjatjet ndryshojnë: përdoruesit mund të zgjedhin partnerë brenda të njëjtit grup etnik gjatë gjithë vitit dhe përtej kufijve. Në fakt, aplikacioni mbështetet në promovimin e vlerave tradicionale familjare dhe atë të nderit për të siguruar besueshmëri dhe legjitimitet, por njëkohësisht transformon praktikën familjare duke individualizuar dhe digjitalizuar përzgjedhjen e partnerit përmes ruajtjes së endogaminë etnike. Në vend se përputhjet e mundshme dhe mbikëqyrja e kontaktetve të para në distanca të mëdha të bëhet nga rrjeti i zgjeruar familjar, algoritmet dhe mekanizmat e verifikimit të aplikacionit zëvendësojnë këtë kontroll fillestar dhe individët nisin kontaktin vetë; përfshirja e familjes zhvendoset në një fazë më të vonshme të validimit. Për

më tepër, komunikimi i vazhdueshëm ndërkufitar përmes aplikacionit mund të plotësojë ose madje të zëvendësojë pjesërisht vizitat sezonale në vendlindje. Ndërmjetësimi i partnerëve shtrihet kështu te shqiptarët në shumë vende. Në këtë formë, platforma krijon digjitalisht një bazë përdoruesish të përcaktuar sipas linjave etnike dhe synon të lehtësojë marrëdhënie dhe martesë mes tyre përtej kufinjëve.

Ndërsa vetë paraqitja e platformës është e dukshme, ndikimi i saj real duhet të gjurmohet tutje. Numri i përdoruesve është vendimtar që aplikacioni të jetë efektiv pasi që një bazë e madhe është e nevojshme për ndërmjetësimin e mbështetur nga algoritmet. Pa këtë, edhe reklama më bindëse mund të jetë e pasuksesshme.

Për kërkime të ardhshme, një studim i thelluar mbi praktikën e takimeve shqiptare – qoftë në Kosovë, Shqipëri ose në vendet e imigracionit – dhe roli i Dua.com (dhe platformave të tjera të takimeve) brenda tyre do të ishte i vlefshëm. Cilat logjika gjinore dhe gjeneratash formësojnë zgjedhjet për takime? Si ndikon vendndodhja, feja, gjuha dhe tregues të tjerë? Gjithashtu, do të ishte e dobishme të kryheshin analiza empirike mbi mënyrën se si kjo platformë takimesh lidhet me çështjet e integritetit dhe segregimit. Në fund, studimet krahasuese me platforma të tjera takimesh të orientuara kah identiteti siç është Muzz i cili specializohet në ndërmjetësim për myslimanët, ose Shaadi.com, platforma indiane e ndërmjetësimin, do të ofronin pika interesante krahasimi.

## BIBLIOGRAFIA

- Backer, B. 1979. Behind Stone Walls. Changing Household Organization among Albanians in Yugoslavia. PhD Thesis. Oslo: PRIO-Publication.
- Bami, X. 2020. "New App Aims to Connect Albanians around the World," *Balkan Insight*, 20.08.2020 <https://balkaninsight.com/2020/08/20/new-app-aims-to-connect-albanians-around-the-world/> (last accessed 10.12.2025).
- Barth, F. (ed.). 1969. *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Culture Difference*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Berry, J. W. 1997. "Immigration, Acculturation, and Adaptation." *Applied Psychology*, 46(1), 5–34. DOI: 10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x>
- Büttner, T. and A. Stichs, 2014: Die Integration von zugewanderten Ehegattinnen und Ehegatten in Deutschland. BAMF-Heiratsmigrationsstudie 2013. Forschungsbericht 22, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.
- Brubaker, R. 2002. "Ethnicity without groups," *European Journal of Sociology* 43(2): 163–89.
- Bryceson, D. F., & Vuorela, U. 2002. "Transnational Families in the 21st Century," in D. F. Bryceson, & U. Vuorela (eds.), *The transnational family: New European frontiers and global networks*. Berg Publishers, 3–30.
- Carol, S. 2016. *Social Integration and Inter-marriage in Europe: Islam, Partner-Choices and Parental Influence* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315562858>
- Carsten, J. 1995. "The Substance of Kinship and the Heat of the Hearth: Feeding, Personhood, and Relatedness among Malays in Pulau Langkawi," *American Ethnologist* 22(2): 223–41.

- Carsten, J. 2000. *Cultures of Relatedness: New Approaches to the Study of Kinship*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahinden, J. 2005. "Contesting transnationalism? Lessons from the study of Albanian migration networks from former Yugoslavia," *Global Networks*, 5(2), 191–208.
- Diamandaki, K. 2003. "Virtual ethnicity and digital diasporas: Identity construction in cyberspace," *Global Media Journal* 2(2).
- Dua.com homepage. <https://www.dua.com/> Last accessed 17.09.2025
- Dua.com, Dua.news: Over-1-million-albanians-on-dua-com <https://www.dua.com/over-1-million-albanians-on-dua-com/> (last accessed 17.09.2025)
- Dua.com: Where Are Albanians Searching for Love? <https://www.dua.com/over-1-million-albanians-on-dua-com/#the-albanian-diaspora-connected-through-duacom> (last accessed 17.09.2025)
- Elwert, G. 1992. "Nationalismus und Ethnizität: Über die Bildung von Wir-Gruppen," in K. Eder, & F. W. Scharpf (eds.), *Politik und Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Campus, 71–87.
- Fortes, M. 1949. *The Web of Kinship among the Tallensi*. Oxford: Oxford University Press.
- Geertz, C. (ed.). 1963. *Old Societies and New States: The Quest for Modernity in Asia and Africa*. New York: Free Press.
- Germany Visa, 2025: 419,000 Labour Migrants Were Working in Germany at the End of 2023 - Germany Visa. <https://www.germany-visa.org/news/419000-labour-migrants-were-working-in-germany-at-the-end-of-2023/>(last accessed 27.08.2025)
- Hao, L. 2024. "Algorithmic imaginary in surveillance technicity: The renegotiation of minzu identity among China's ethnic minority wanghongs on Douyin," *Global Media and China*. 10/3. <https://doi.org/10.1177/20594364241307478>
- Hylkema, C. 2023. "Dua.com Unites Singles With Shared Cultural Values for Ethnicity-Based Dating," 19.07.2023 <https://www.datingnews.com/apps-and-sites/dua-unites-singles-for-ethnicity-based-dating/> (last accessed 13.09.2025)
- Hysa, A. 2019. "Serbian-Albanian mixed marriages. When patriarchy breaks nationalist barriers," in A. Pavlović, G. Draško, & R. Halil (eds.). (2019). *Rethinking Serbian-Albanian Relations: Figuring out the Enemy* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351273169>
- Kadriu, L. 2017. *Pushimet, familja, vendlindja në praktikat e diasporës shqiptare të Kosovës*. Prishtina: Instituti Albanologjik.
- Karakusheva, S. 2016. "Digital Ethnicities and (Re-)Construction of Ethnic Identities in Social Media," in A. Karatzogianni, D. Nguyen, & E. Serafinelli (eds.), *The Digital Transformation of the Public Sphere*. London: Palgrave Macmillan, 283–301.
- Kaser, K. 1995. *Familie und Verwandtschaft auf dem Balkan: Analyse einer untergehenden Kultur*. Vienna: Böhlau.
- Kaser, K. 2000. *Macht und Erbe: Männerherrschaft Besitz und Familie im östlichen Europa 1500–1900*. Vienna: Böhlau.
- King, R. and J. Vullnetari, 2009. The intersections of gender and generation in Albanian migration, remittances and transnational care. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 2009/3/1:19-38. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0467.2009.00304.x>
- Leutloff-Grandits, C. 2018. Cross-Border Marriages between residents of South-

- Kosovo and Western Europe. Discourses, Aspirations, Realities. In: Marijeta Rajkovic, Petra Kelemen, Drago Zuparic-Iljic (ed.): *Contemporary migration trends and flows on the territory of Southeastern Europe*. Zagreb: FF press, 123-143.
- Leutloff-Grandits, C. 2019. "When Men Migrate for Marriage: How Kosovo-Albanian Couples Cope with Gender Stereotypes and Immigration Barriers in Germany and Austria," in J. Dahinden, J. Moret, & A. Andrikopoulos (eds.), *Journal of Ethnic and Migration Studies: Special Issue on Cross-Border Marriages: Intersecting Categories from the Perspective of States, Spouses and Researchers*.
- Leutloff-Grandits, C. 2023. *Translocal Care across Kosovo's Borders: Reconfiguring Kinship Along Gender and Generational Lines*. Oxford; New York: Berghahn, open access. <https://doi.org/10.3167/9781805390596>
- Lévi-Strauss, C. 1969 [1949]. *The Elementary Structures of Kinship*. Boston: Beacon Press.
- Mach-dis-ding Interview mit Valon Asani – Gründer von Dua.com mit Nico, Podcast 19.11.2020.- <https://www.mach-dis-ding.ch/2020/11/19/300000-app-downloads-in-4-monaten/> (last accessed 17.09.2025)
- Manasse, P., S. G. See, L. Bottazzi. 2017. Break-ups of inter-ethnic marriages in Italy, VOXEU columns, 18 Apr 2017. <https://cepr.org/voxeu/columns/break-ups-inter-ethnic-marriages-italy> (last accessed 17.09.2025)
- Ortega, J., & Hergovich, P. 2018. "The Strength of Absent Ties: Social Integration via Online Dating," *SSRN Electronic Journal*.
- Portes, A. and A. Rivas. "The Adaptation of Migrant Children," *The Future of Children*, vol. 21, no. 1, 2011, pp. 219–46.
- Reineck, J. S. 1991. *The Past as Refuge: Gender, Migration, and Ideology among the Kosovo Albanians*. Ph.D. Berkeley.
- Rosenfeld, M. J., Thomas, R. J., & Hausen, S. 2019. "Disintermediating your friends: How online dating in the United States displaces other ways of meeting," *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 116(36): 17753–58.
- Schneider, D. M. 1984. *A Critique of the Study of Kinship*. Michigan; Rexdale, Canada: The University of Michigan Press.
- Shaban, A. 2025. "Ethnicity, Race, and Identity in the Digital Age," in A. Shaban (ed.), *Digital Geographies—Theory, Space, and Communities*. Springer: 497–675.
- Syla, B. 2025. Marriage, kinship and ethnic identities: The case study of Kosovo Albanians in Switzerland. Presentation at SIEF 2025, see <https://nomadit.co.uk/conference/129/paper/88940>
- Topidi, K., & Metcalfe, J. 2024. "Digital (Mis)-Representations: Understanding Ethno-Cultural Minority Identity Formation Online," *Digital Society* 3(3). <https://doi.org/10.1007/s44206-024-00133-y>
- Wimmer, A. 2008. The making and unmaking of ethnic boundaries: A multilevel process theory. *American Journal of Sociology*, 113(4), 970–1022. <https://doi.org/10.1086/522803>
- Wu, S., & Trottier, D. 2022. "Dating apps: a literature review," *Annals of the International Communication Association* 46(2): 91–115.
- Vullnetari, J. 2012. Women and migration in Albania: A view from the village.

*International Migration* 2012/10, 50/5: 169-188.

**Rreth autores**

**Carolin Leutloff-Grandits**, Dr. habil., është antropologe sociale dhe studiuese seniore në Qendrën Viadrina B/ORDERS IN MOTION në Universitetin Evropian Viadrina. Ajo përfundoi doktoraturën (PhD) në Martin Luther Universitetin Halle-Wittenberg dhe habilitimin në Universitetin e Vienës. Kërkimet e saj fokusohen te migrimi dhe kufijtë, duke i parë ato nga një perspektivë e ndërthurjes. Ajo ka kryer hulumtime të thella në terren në Kroaci, Kosovë dhe Gjermani mbi migrimin e lidhur me luftën, familjen, martesën, punësimin dhe rikthimin, me një fokus të veçantë mbi kohëzgjatjen, sigurinë sociale dhe ndërmarrësinë. Në projektin e saj aktual, të financuar nga Leibniz, ajo studion migrantët nga Kosova që krijojnë ndërmarrje në vendin e tyre të origjinës.

Përkthyer nga Rozafa Berisha