

Ismet OSMANI

## GJUHA SHQIPE NË KOMUNIKIMIN PUBLIK - ROLI I MEDIUMEVE NË GJUHËN DHE KULTURËN SHQIPTARE

Media apo diskursi publicistik është pjesë thelbësore e komunikimit publik dhe si e tillë duhet të jetë në përputhje me rregullat e caktuara të komunikimit dhe rregullat gjuhësore. Mediet, qofshin ato të shkruara apo elektronike mund të ndikojnë në pasurimin e gjuhës, në pasurimin e saj me fjalë të reja, me kultivimin e normës së gjuhës letrare etj. Diskursi i komunikimit publik (qoftë në mediet elektronike apo të shkruara) është faktori më me ndikim në zhvillimin e ndërgjegjësimit gjuhësor dhe kulturës gjuhësore. Megjithatë, ato mund të ndikojnë edhe negativisht sa i përket përdorimit të drejtë të rregullave të gjuhës standarde shqipe. Në këtë kumtesë do të trajtojmë disa raste të përdorimit jo të drejtë të ndërtimeve gjuhësore nga mjetet e informimit publik.

**Fjalët kyçe:** komunikim, komunikim publik, medium, diskurs gjuhësor, kulturë gjuhe

Komunikimi përbën një fushë të rëndësishme studimi, duke pasur parasysh relacionin e dhënies (dhënësit) dhe marrësit të informacionit, të cilët nëpërmjet burimeve kryesore në hapësirën mediatike, siç janë gazetat (websitet e tyre) radio-televizionet, portalet dhe faqet individuale të internetit (websitet individuale), i transmetojnë lexuesit apo dëgjuesit ngjarje të rëndësishme që ndodhin në vend a në botë, si dhe aktivitete të rëndësishme nga jeta e kulturës, shkencës, sportit, politikës etj.

Zhvillimi i shpejtë i teknologjisë së informimit – komunikimit pothuajse në tërësi e ka ndryshuar mënyrën e komunikimit dhe shkëmbimit të informacioneve midis njerëzve. Para më pak se një shekulli, për të kumtuar një informacion nevojiteshin ditë të tëra, por edhe muaj të tërë. Sot, koha e dhënies së informacionit mund të matet me minutë, por edhe me sekondë. Paraqitja dhe zhvillimi i rrjetit global dhe botëror të komunikimit i quajtur internet ka krijuar dhe mundësuar një formë të re të komunikimit midis njerëzve dhe pothuajse e kanë ndryshuar jetën në shekullin 21. Komunikimi në media (qofshin ato të shkruara apo radio-televizive), në internet si domosdoshmëri e kohës ka bërë që ekрани i tyre (televizorit, kompjuterit) të ndjehet si

një libër ideal, i cili nuk nënkupton vetëm një hapësirë të re të ç'organizuar të leximit, por kërkon një koncept të ri të komunikimit.

Kështu, në botën e rrjeteve elektronike, natyra e tekstit u bë interdisiplnare, kurse letërsia intertekstuale, u vu në pikëpyetje recepioni tradicional. Teksti nuk mund të ishte vetëm gjuhë, por edhe shkrim-lexim, vihet në gjurmimin e dallimeve të shkrimeve të cilat Derrida i quan *différance*.<sup>1</sup>

Diskursi i medieve, por edhe ai elektronik ngërthejnë në vete karakteristikat e të folurit dhe të shkruarit dhe shërben si një argument në favor të nocionit të Derrida-s *différance*, që vë në dukje një komunikim lakonik, konciz, eliptik, me mjete të shumta të mimikës dhe gjeesteve që me sukses evokojnë emocione të animuara, dhe mjete tjera semiotike, që është një mundësi për të marrë pjesë në komunikim me më shumë bashkëbisedues njëkohësisht. Duke pasur parasysh faktin se qëllimi kryesor i komunikimit elektronik nuk është bartja e informacionit, por krijimi i një hapësire të veçantë virtuale në të cilën do të realizohen qëllimet e veçanta komunikuese, për shembull, komunikimi fatik, bëhet fjalë për një lloj të veçantë të lojës komunikimit i cila realizohet përmes rregullave të padefinuara, por absolutisht të pranuar.

### Ndikimi i diskursit të medieve në komunikimin publik

Shumë studime kanë treguar se nga të gjitha format e komunikimit publik, vetëm diskursi publicistik është faktori më me ndikim në zhvillimin e ndërgjegjësimit dhe kulturës gjuhësore të anëtarëve të një bashkësie të caktuar gjuhësore. Njohja dhe hulumtimi i gjuhës së gazetave, ka të bëjë edhe me fusha të ndryshme, sidomos me gjuhësinë dhe sociolinguistikën, sidomos me drejtshkrimin, me analizën e tekstit, me stilistikën etj. (B. Rugova, 2009). Në kontekst të standardizimit dhe konsolidimit të idiomave standarde-gjuhësore si një kod i përbashkët i gjuhës shqipe të ndarë në dialekte, në të kaluarën faktor kryesor integrues ishte promovimi i gjuhës standarde si një kategori mbizotëruese dhe mundësi e zgjerimit të saj hapësinore në të gjitha viset shqiptare, të cilat në të kaluarën, përveç ndarjeve administrativo-shtetërore, politike, ekonomike, gjeografik, edhe gjuha qe ndarë. Duke pasur parasysh nivelin e edukimit gjuhësor, por edhe nevojën për të depërtuar te pranuesi (folësi) i të gjitha strukturave arsimore, ekonomike, politike, gjuha dhe të folurit e krijuesve të diskursit publicistik duhet t'u përgjigjet kërkesave të normës së përpiktë të gjuhës standarde dhe nuk guxon të kufizojnë gjuhën normative. Sidoqoftë, analiza gjuhësore e diskursit

<sup>1</sup> *différance* si përvojë heteronome të dallimeve gjatë të shkruarit, si prodhim të vet dallimit në tekst; *différance* – si heterogjenizim të plotë të praktikës tekstuale dhe të artikullimit të saj shumëdimensional.

bashkëkohor publicistik tregon një tendencë në rritje të devijimit të normave të gjuhës standarde dhe një shkallë e lartë të pranimit të formave të ndryshme (dialektore) të gjuhës shqipe dhe karakteristikave të gjuhës së huaj. Analiza e gjuhës së medieeve, ashtu si edhe përcaktimi dhe përkufizimi i fushës së komunikimit publik, nënkupton bazën, përkatësisht korpusin interpretues ose analitik të gjuhës së komunikimit. Format kryesore të medias së shkruar kryesisht analizohen dhe interpretohen në lidhje me normat e gjuhës standarde ortografike (natyrisht, nëse pajtohemi që idioma standarde, si një element koheziv midis anëtarëve idiomikisht të ndryshëm të një kolektivi të caktuar të mbledhur në një bashkësi shtetërore të caktuar, është e vetmja idiomë që mund të plotësojë kërkesat e komunikimit publik), ndërsa media elektronike mbështetet kryesisht (ose duhet të mbështetet) në normën e drejtshqiptimit të gjuhës standarde. Duke filluar nga premiset e ndryshme normative dhe kodifikuese në formulimin e komunikimit, qoftë me gojë ose me shkrim, ka edhe strategji të ndryshme "të formulimit të mesazheve", thekson Badurina. "Dallimet shfaqen në të gjitha rrafshet gjuhësore, fonetiko-fonologjike, morfologjike, leksikore, sintaksore, veçmas, në tekst. Ndërsa, komunikimi me gojë mbështetet kryesisht në dëgjimin e informacionit (i cili nga kontakti i drejtpërdrejtë ndërmjet pjesëmarrësve mund të shoqërohet me shenja joverbale), komunikimi me tekst të shkruar bazohet në kontakt vizual - por jo midis pjesëmarrësve të procesit të komunikimit, por me tekst të shkruar" (Badurina 2007:11). Zgjedhja e burimeve gjuhësore të sistemit të përgjithshëm të gjuhës standarde do t'i dallojë format e ndryshme të diskursit publicistik në lidhje me formën verbale publicistike. Në analizën e gjuhës së diskursit të medias duhet t'i kemi parasysh dallimet midis disa zhanreve të tij, të cilat dalin kryesisht nga lëvizjet gazetare e jo gjuhësore, megjithatë, pas vete tërheqin realizime të ndryshme gjuhësore të cilat manifestohen kryesisht në nivel stili dhe më pak në nivele të tjera të normave të gjuhës standarde (Silić 2006). "Ngushtimi i normës" u ndikua nga procesi i përgjithshëm i globalizimit i cili ka përfshirë edhe shoqërinë tonë, duke ndryshuar dukshëm gjuhën (e shkruar / të folur) veçanërisht në kontekstin e diskursit publicistik. Kanalet e ndryshme të komunikimit mediatik kanë luajtur rol ndërmjetësues midis anglishtes si kod dominues komunikimi i botës së globalizuar dhe marrësit të mesazhit të dërguar nga të njëjtët medie për marrësit, përkatësisht folësit e gjuhës shqipe, duke mos mbajtur llogari për nevojën e përshtatjes së mesazhit me kërkesat e standardit shqip.

Rezultati është i njohur: "anglishtja" e korpusit të gjuhës shqipe, e cila nuk manifestohet vetëm në rrafshin leksikor, por edhe në atë gramatikor, morfologjik, semantik dhe të drejtshkrimit. Pothuajse nuk ka tekste në gazetatat më të shitura në gjuhën shqipe, si dhe në emisionet radio-televizive të të gjitha zhanreve në të cilat nuk

përdoren fjalë të anglishtes, pavarësisht nga ajo se ekzistojnë versione në gjuhën shqipe për terma të tillë në anglisht. Në lajm dëgjojmë dhe lexojmë *green field investimet, due-diligencu, warm upduet, dokumentet hard copy, on line shopping, pay pall, IT* për ata që merren me programim, për lloje të ndryshme *sharinga – time sharing, car sharingu, share familjes geeks kompjuter, përvojat e cyberspace*. Artikujt e lajmeve janë të pajisura shpesh me tituj që dominojnë fjalët e gjuhëve të huaja.

Duke analizuar artikujt e gazetave, jo vetëm që hasim në përdorimin e shumtë të fjalëve të huaja, por hasim edhe një mori fjalësh të përdorura gabimisht, ose të shkruara gabimisht, që dëmtojnë edhe njëzën edhe tjetrën gjuhë. Ndodh që autorët e teksteve të tregojnë pasiguri dhe mosdije në shkrimin e disa prej fjalëve anglisht, frëngjisht, italisht ose gjermanisht. Ata, në të shumtën e rasteve problematizojnë ndonjë temë, por nuk janë të sigurt në emërtime dhe, ndodh që të përdorin dy variante, duke lënë lexuesin të vlerësojë se çfarë është mirë e çfarë jo. Probleme të tilla që lidhen me shkrimin e fjalëve në anglisht i hasim në shumë raste, por dyshimi më i zakonshëm është se parimi i shkrimit të një fjale në anglisht duhet të jetë: original ose i shqiptuar. Duke qenë se autorët nuk janë të sigurt se cili është parimi i mirë, ata përdorin edhe njëzën edhe tjetrën (fytyrën edhe kokën: *face* dhe *fejs, shopping* dhe *shoping, site* dhe *sajt*, dhe të ngjashme), që tregon se nuk i dallojnë fjalët e huaja nga huazimet. Fjalët e huaja plotësisht i përmbahen shprehjes origjinale, kështu që ato transmetohen fjalë për fjalë nga gjuhë të tjera, në këtë rast anglishtja. Në stilin publicistik një dallim i tillë nuk ekziston, kështu që fjalët e huaja shpeshherë barazohen me huazimet, edhe pse nuk kanë kaluar ndonjë fazë në procesin e përshtatjes në gjuhën shqipe. Mospërshtatja e leksikut të huaj (dhe më pas përdorimi i tyre i shtrembëruar, veçanërisht në diskursin gazetaresk) në gjuhën standarde shqipe është një nga problemet themelore të gjuhës së sotme shqipe. Rezultati i një procesi të tillë janë dukuritë gjuhësore si: *bendlloj, klikoj, sejvoj, danllodoj* dhe të ngjashme, të rrënjosura në gjuhën shqipe, në sajë të medias, jo vetëm në idetë e bisedimeve gjuhësore, por edhe në forma të ndryshme të diskursit publik. Dukuri të tilla gjuhësore, të cilat mediet i kanë imponuar dhe promovuar, kanë dëmtuar edhe gjuhën e dhënësit, në këtë rast anglishten, dhe gjuhën e marrësit, sepse nuk e kanë kaluar procesin e përshtatjes në gjuhën standarde shqipe.

Ndërkaq, sot, përveç përdorimit të shumtë të fjalëve të huaja, në mjetet e informacionit (sidomos në emisionet e të rinjve), në komunikimet në internet midis të rinjve, përdoret edhe gjuha e shenjave e cila pasqyron jo vetëm kuptimin propozicional që bazohet në realitetin ekstralinguistik dhe në lidhjet e tekstit në nivel të metatekstut, gjithashtu, shërben për të shprehur kuptime të ndryshëm ekspresive si një reflektim i qëndrimit të folësit ndaj asaj që është komunikuar. Shenjat janë mjetet

që lidhin elementet e ndryshme formale dhe përmbajtësore të tekstit në tërësi, dhe kryejnë funksione të delimitacionit, lidhëse, topike, të dialogut. Sipas Vjezëbickit (1986: 519) shenjat janë mjetet që e dallojnë gjuhën e njeriut nga gjuha e robotit. Në diskursin elektronik shenjat dallohen në bazë të karakteristikave funksionale të zhanrit dhe statusit social të pjesëmarrësve në komunikim. Në korrespondencën elektronike (e-mail) dallojmë shenjat të cilat janë të ngjashme me ato që përdoren në diskursin epistolar. Shenjat që përdoren në komunikimet elektronike janë tema mesazhesh për të cilat është paraparë një rubrikë e posaçme që quhet *subject*. Gjatë komunikimeve private midis grupeve shoqërore duket se kjo rubrikë përmban përshëndetje ose fjalë që shënojnë fillimin e komunikimit, i cili në nivelin pragmatik kryen funksion ekspresiv. Sipas parimit semiotik të gjuhës së shenjave në tekstin e mesazheve (SMS) për shumë shkronja përdoren shumë shenja: thuhet vër8 për “vërtetë”, 3gim për “tregim”, 2shim për “dyshim”, 7zënë për “shtatzënë”, çk3 për “çfarë ka të re?”, x ty për “për ty”, apo edhe më tej (të na falin të gjithë ata e duan shqipen dhe urrejnë banalitetet). Gjithashtu, fjalëve u hiqen zanoret (shkruhet flm për “faleminderit”, nsr për “nesër”, nk për “nuk” etj.).

Diskursi i medieve (qoftë ai i gazetave, radios, televizionit) ka të bëjë me një sërë tekstesh të cilët në kontekstin gjuhësor shihen si një aktivitet kreativ. Së fundi, diskursi i medieve tregon një tendencë të qartë të rritjes maksimale të komunikimit ilokutiv. Dërguesi ka një repertor të tërë të mjeteve semiotike verbale dhe joverbale me ndihmën e të cilave realizohen akte të ndryshme të komunikimit, duke filluar nga ato direktive deri te ekspresivet (këto të fundit janë veçanërisht efektive në lidhje me ekzistencën e figurinave të shumta, funksioni kryesor i të cilave është shprehja e reagimit të folësit për ndonjë gjendje apo situatë të krijuar). Sipas shumë studiuesve, gjuha e medieve, sidomos ajo elektronike (interneti) krijon problem në ruajtjen dhe mbajtjen e vazhdueshëm të kontaktit, i cili kërkon një mobilizim maksimal të burimeve gjuhësore. Në komunikimin midis grupeve shoqërore vërehen shmangie jo vetëm nga norma gjuhësore, por edhe nga standardi i komunikimit bisedor të natyrshëm. Gabimet e shumta gjuhësore janë bërë tregues i detyrueshëm i komunikimit joformal. Shmangiet nga normat gjuhësore vënë dukje një kreativitet leksikor, i cili kontribuon për të pasur një komunikim të panatyrshëm dhe origjinal. Kreativiteti gjuhësor në rrjetet e komunikimit është në rritje të vazhdueshme, dhe si i tillë po shënohet në të gjitha nivelet e gjuhës, që e bën gjuhën e internetit objekt të studimeve gjuhësore. Në internet, ne shohim një shpërthim të gjuhës popullore. Kreativiteti manifestohet në të gjitha nivelet gjuhësore, por risitë më të theksuara vihen re në fushën e leksikut. Krijohet një zhargon i veçantë kompjuterik, ringjallet zhanri epistolar, shpesh i përdorur gjatë lojës me fjalë dhe të ngjashme. Këto

ndryshime i kanë vërejtur dhe vërtetuar me fakte relevante gjuhësore shumë studiues (Bergelson 1999; Donskova 2004; Smirnov 2004).

### Disa gabime në ligjërimin e medies

Mediet e shkruara apo elektronike luajnë një rol të veçantë jo vetëm në informimin e opinionit publik shqiptar kudo që gjendet, por edhe në formimin, pra, në edukimin e tij moral, kulturor dhe gjuhësor. Gabimet e shumta që po ndodhin me gjuhën shqipe në leksik dhe sintaksë në mediet e shkruara dhe elektronike vënë në përgjegjësi të gjithë ata që në mënyrë të drejtpërdrejtë ose tërthorazi merren me gjuhën. Kultura e gjuhës duhet kuptuar si detyrim për të gjithë, jo vetëm për gjuhëtarët, por edhe për ekonomistët, juristët, mjekët etj.

Në gjuhën e medieve, (të shkruara apo elektronike) vihen re gabime të shumta drejtshkrimore, të natyrës fonetike e morfologjike, veçmas në përdorimin e <ë>-së, <rr>-së, <y>-së, <q>-së, <gj>-së, <ç>-së; format foljore, përemrat, mbiemrat etj. Nuk janë të pakta çiftet e fjalëve që, po të shkruhen me e në vend të ë-së apo me c në vend të ç-së, marrin kuptim tjetër. Për shembull, çull bëhet cull, çap bëhet cap, çik bëhet cik, etj.; ose në bëhet ne, nën bëhet nen, ndër bëhet ner, bëj bëhet bej etj. (R. Memushaj 2006). Ndikimi i gjuhëve të huaja, anglishtes, italishtes, greqishtes në Shqipëri, Kosovë, ndërsa në Maqedoni, përveç gjuhëve të huaja hasim edhe ndikimin e maqedonishtes mbi gjuhën shqipe. Kështu, përdorimi i gabuar emrave të përveçëm nga gjuhët e huaja skajshmërisht thyen rregullën e drejtshkrimit dhe të drejtshqiptimit të emrave të huaj. Në të shumtën e rasteve, në vend të emrit të përveçëm Europë, shkruhet Evropë. Edhe pse në Drejtshkrimin e gjuhës shqipe (Prishtinë 1974) thuhet se duhet të shkruhet me [v], e jo me [u], sipas modelit rus, megjithatë për qëllime praktike u mor vendimi që të shkruhet me [u]: evropian e jo evropian, euro e jo evro, Eurovizion e jo Evrovizion. Përkthimet e shumta, sidomos në gjuhën e medies në Maqedoni (nga maqedonishtja në gjuhën shqipe) ka bërë që në shumë faqe të gazetave, në radio-televizion, në portale të hasim gabime të natyrave të ndryshme veçmas në përdorimin e ngurosur të emrave të huaj, zakonisht në trajtë të pashquar edhe pse funksioni i tyre sintaksor kërkon që të jenë në një formë të caktuar rasore, si p.sh.: *Ivanov nuk ia jep mandatin Zaev.* (kush?, kujt?) Në vend të *Ivanov nuk ia jep mandatin Zaevit.* (emri i parë në rasën emërore, i dyti në dhanore). Kështu, po qe se do të ndiqni një ndeshje sporti (qoftë futboll, basketboll etj.) do të hasni në shtrembërime të çuditshme të gjuhës shqipes, duke mos përdorur fare trajtën e emrave të lojtarëve apo edhe të qyteteve të huaja, p.sh.: “gol i Kavan” dhe jo “i Kavanit”.

“nga ana e Najmar” dhe jo “e Najmarit”, “me ekipin e Liverpool” dhe jo “me ekipin e Liverpoolit” etj.

Kështu, emrat e përveçëm të huaj duhet të shkruhen shqiptohen drejtë në gjuhën përkatëse, duke iu përshtatur sistemit grafik të gjuhës shqipe, që do të thotë se Wiliam Shakespeare shkruhet sipas traditës së shqipes, pra Uiliam Shekspir, duke zëvendësuar [W] angleze me [U] si fonemë më e përafërt me të. Por, ndodh që në vend [W] të shkruhet edhe [Ë], Wilson bëhet Eilson. Ndërkaq, në Gramatikën e gjuhës shqipe të ASHSH-së (Tiranë, 1995, 125) thuhet qartë se “Emrat e përveçëm lakohen njëllor si emrat e përgjithshëm, prandaj për sa i përket kategorisë së shquarsisë dhe të pashquarsisë, ata u nënshtrohen po atyre rregullave”.

Gjithashtu, vihen re gabime të shumta në adresimin e letrave, shkresave me “deri te”: *Deri te Ministria për arsim dhe shkencë, Byroja për zhvillimin e arsimit* etj. Në vend të: Ministrisë së Arsimit dhe të Shkencës, Byrosë së Zhvillimit të Arsimit”, pra emri i institucionit të shkruhet në rasën gjinore. “*Ivanov* dërgoi letër ngushëllimi *deri te* presidenti i Turqisë”. Në vend të: “*Ivanovi* i dërgoi letër ngushëllimi presidentit të Turqisë”.

Përveç gabimeve që i theksuam më lart, hasim edhe ndërtime tjera gjuhësore të palogjikshme, si p.sh.: “në të kaluarën e dikurshme” (mos vallë ka të kaluar të ardhshme?), “me atë fluturim ajror” (mos vallë ka fluturim tokësor, nëntokësor apo ujor?), “nga ish-Jugosllavia në atë kohë” (pikërisht në atë kohë, pra, kur ekzistonte, Jugosllavia nuk mund të ishte ish- (E. Tupja 2015).

## Përfundimi

Gjuha e shkruar publicistike duhet të redaktohet dhe përputhet me normën e gjuhës standarde dhe gazetaret e radios dhe të televizionit duhet t’u përmbahen normave drejtshkrimore të gjuhës, dhe të përdorin sa më pak fjalë që janë karakteristike e komunikimit privat. Gjuha e mediumit, duke pasur parasysh rolin e drejtpërdrejt edukativo-gjuhësor duhet të formësohet në përputhje me normat e gjuhës standarde. Krijuesit e diskursit gjuhësor - gazetaret, redaktorët, udhëheqësit e emisioneve, reporterët etj., duhet ta zotërojnë kompetencë gjuhësore. Edhe pse, në të vërtetë, krijuesit e diskursit publicistik nuk kalojnë nëpër një edukim special të gjuhës, dhe as që kërkohet nga ta një gjë e tillë, as nuk sanksionohen për mungesë efikasiteti në marrjen së mesazheve në fushën e komunikimit publik të shkaktuar nga përdorimi i formave të ndryshme të idiomave organike që janë karakteristike për fushën e komunikimit privat. Nëse e analizojmë gjuhën në radio dhe televizion, do të hasim në një rënie të ndjeshme të kulturës gjuhësore në fillim të shekullit 21. Lidhur me të,

duhet të kërkojmë arsyet në globalizimin dhe demokratizimin e hapësirës publike e cila çon në "reduktimin e stilit" (Škarić 1988), por gjithashtu në heqjen e kriterëve përkatëse gjuhësore kur përzgjedhin njerëzit për të kryer punë gazetareske. Në këtë kontekst, gjuhëtari kroat R. Katićiq qysh në vitin 1971 vë në spikamë se gjendja gjuhësore në media ishte dukshëm më ndryshme, nëse njohja e mirë gjuhës letrare ishte një parakusht për avancimin e profesionit dhe përvetësimin e pozicioneve më të spikatura (Katićić, 1971). Ndryshe nga kohët e kaluara kur udhëheqësit e mundshëm në radiotelevizion patjetër duhej t'i tregonin dëshmonin aftësitë e tyre gjuhësore në audicione, sot nuk ekzistojnë mundësitë e artikullimit të njohurive gjuhësore sipas të cilave do të mund të vendoset se kush mund të punojë në radio ose televizion dhe kush nuk mund të punojë për shkak të mangësive dhe parregullsive në komunikim. Po qe se ndjekim gjuhën e gazetarëve qoftë në radio ose televizion, pa vënë në pikëpyetje nevojën e përputhshmërisë me gjuhën standarde dhe shmangien e formave dialektore, lokale, të zhargoneve, karakteristike për komunikimin privat, shumë gjuhëtarë vënë në dukje se kudo që flasim në publik, duhet respektuar rregullat e caktuara gjuhësore. Çdonjëri që flet në publik, përkatësisht komunikon me publikun, nuk flet vetëm në emër të tij, por përfaqëson dikë ose flet si anëtar i një grupi dhe është gjithashtu përgjegjës ndaj atyre që i përfaqëson. Edhe për shkak të kolektivit që përfaqëson, por kryesisht për shkak të kolektivit të cilit i drejtohet, çdo folës publik duhet t'i zotërojë rregullat themelore të një komunikimi korrekt: duhet të jetë një folës i mirë (duke bërë thjesht riprodhimin e tekstit të shkruar në mënyrë korrekte), të spikat personalitetin e tij (të identifikojë përmbajtjen e mesazhit që manifestohet në interpretimin e njohur individual), të jetë logjikë (të ketë një rend të organizuar të prezantimit, fjalim të strukturuar korrekt dhe logjik, folësi të jetë i përgatitur, që të mund të argumentojë fjalimin e tij), poetik (të jetë i saktë në komunikimin e tij) dhe korrekt (të respektoj drejtshkrimin dhe drejtshqiptimin e gjuhës standarde). Në vend të zotërimit të faktorëve të lartpërmendur të fjalës së mirë në radio dhe televizion, si dhe në fusha të tjera të komunikimit publik, krijuesit e diskursit publicistik tregojnë "kulturë të dobët të përgjithshme", pohon gjuhëtari kroat Shkarić dhe kështu lejojnë "unifikimin global dhe pjesërisht individualiste "të veprimit të mediave (Škarić, 1988). Mosrespektimin e gjuhës standarde në komunikimin publik, veçanërisht në media, disa gjuhëtarë e quajnë "presioni të shkatërrimit kulturor" i cili çon direkt në shkatërrimin e gjuhës (sot, shembull më i mirë i prishjes së gjuhës është e ashtuquajtura gjuhë e internetit). Megjithatë, R. Memushaj thekson se "gjuha e internetit" nuk është përgjegjëse për prishjen e gjuhës. Ajo vetëm se zbulon disa problematika që duan përgjigje adekuate dhe të shpejta nga institucionet shtetërore të arsimit e të shkencës, përfshirë këtu shkencat kompjuterike, të cilat duhet t'i kthejnë sytë edhe nga gjuha, në mënyrë që



arritjet në fushën e informatikës të shfrytëzohen për të rritur shkallën e përvetësimit të gjuhës shqipe nga folësit e saj (R. Memushaj 2016).

## Literatura

- Badurina, L. (2007) Jezično raslojavanje i tipovi diskursa. *Jezik književnosti i književni ideologemi*, Zbornik radova 35. Seminara Zagrebačke slavističke škole. Zagreb.
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. – Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2004). *The Language Revolution*. – Cambridge: Poliy Press.
- Dhima, Th. (2003). Çështje të normës sintaksore në gjuhën e shtypit. KSH: Shqipja standarde dhe shoqëria shqiptare sot. Tiranë.
- Halimi, M. (1983). Mbi disa kalke në shtypin tonë dhe në mjete të tjera të informimit. “Probleme aktuale të kulturës së gjuhës shqipe”. IAP, Prishtinë.
- Hamiti, A. (2012). Gjuha në mjetet e informimit publik në Maqedoni. Scupi 2, “Kongresi i Drejtshkrimit të gjuhës shqipe – vepër me vlera të mëdha kombëtare”. Shkup.
- Hamiti, A. (2012) Shqipja e gazetave në Maqedoni. KSH: “Dyzet vjet të shqipes standarde”. Prishtinë, 7 – 8 dhjetor.
- Islamaj, SH. (2003). Vëzhgime rreth shqipes standarde në mjetet e informimit. KSH: “Shqipja standarde dhe shoqëria shqiptare sot”. Tiranë.
- Ismajli, R. (2003). Shqipja standarde pas tri dekadash. Seminari Ndërkombëtar për Gjuhën, Letërsinë dhe Kulturën Shqiptare (21), Prishtinë.
- Lafe, E. (2000). Gjuha e medias sot-probleme dhe detyra. “Gjuha jonë”. Tiranë.
- Memushaj, R. (2016). A po e prish interneti gjuhën shqipe? *Gezeta Dita*. Tiranë.
- Nesini, R. (2003). Çështje të kulturës së gjuhës në masmedia në gjuhën shqipe në Maqedoni. KSH: Shqipja standarde dhe shoqëria shqiptare sot”, Tiranë.
- Katičić, R. (1971). *Jezikoslovni ogledi*. Školska knjiga. Zagreb.
- Rugova, B. (2009). *Gjuha e gazetave*. Prishtinë.
- Rugova, B. (2003). Gjuha e të rinjve të Prishtinës, *Materialet e Seminarit XXII për Gjuhën, Letërsinë dhe Kulturën Shqiptare*. Prishtinë.
- Šilić, J. (2006) *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Disput. Zagreb.
- Shehu, H. (2003). Rreth anglicizmave në mjetet e sotme të informimit. KSH: ‘Shqipja standarde dhe shoqëria shqiptare sot’. Tiranë.
- Thomai, J. (1989). *Tipare e prirje të gjuhës së shtypit në kohën tonë*. Tiranë.