

Alban TUFA¹
Erlis CELA²

Botëkuptimet Filozofike Në Kërkimin Shkencor Rreth Medias Dhe Komunikimit

Abstract

Philosophy and communication as two different fields in the humanities have their source, in most cases, in the same authors. Without claiming that communication scientists have been philosophers at the same time and vice versa, the place where these two fields clearly come together is the methods of scientific research in media and communication. Usually, before a scientific paper or article is published, regardless of the discipline or topic, it encounters several philosophical phases from the very beginning of its conception. In addition, when researchers conceive of conducting a study and then all the phases that follow until publication, they bring their philosophical worldviews to it. The greatest level of manifestation of these worldviews is what researchers have called research paradigms, or approaches to research. These worldviews during the work appear both in the form of prior knowledge and in the form of beliefs that researchers carry. This knowledge, values, and beliefs in many cases determine the way data is collected, analyzed, and published. Thus, this paper deals with the integration of philosophy with scientific research in the field of media and communication, with a main focus on philosophical worldviews and the role they play in the development of research from the first stages to the final publication. The paper also addresses how philosophical worldviews determine the selection of approaches to topics and how the papers will connect to the larger literary scene. Thus, by reviewing the existing literature on philosophical views and research methods in media and communication, it is concluded that philosophical views, knowledge, beliefs and values are determinants of how a paper will be developed, thus influencing the results of that paper.

Keywords: *philosophical worldview, belief, values, knowledge, research methods, media and communication*

¹ MSc. Alban TUFA Kolegji Universitar Bedër,
altufa@beder.edu.al

² Prof. Asoc. Dr. Erlis CELA Kolegji Universitar Bedër,
ecela@beder.edu.al

1. Hyrje

Ata që duan të zbulojnë sesi funksionojnë gjërat dhe pse funksionojnë pikërisht në atë formë, e bëjnë këtë për dy arsye kryesore: (a) për të mësuar për hir të dijes, (b) për të kuptuar sesi një problem ose çështje mund të trajtohet më mirë (CHIBUCOS & WEIS, 2005: 1-10) Arsyeja e parë lidhet me atë që quhet kuriozitet intelektual, ndërsa e dyta konsiderohet si nevojë praktike. Për ta arritur këtë, studiuesit (dhe, në të vërtetë, e gjithë ndërmarrja kërkimore) veprojnë në dy botë të dallueshme, por shumë të lidhura: *abstrakte* (bota e koncepteve/ideve) dhe *konkrete* (empirike/bota e vëzhgueshme). Studiuesit janë të idesë që këto dy botë lidhen nga teoritë dhe ofrojnë përshkrime, përmbledhje, integritime dhe shpjegime rreth asaj që dihet nga kërkimi, si dhe udhëzime për kërkime dhe praktikë shtesë, që do të rrisin kuptimin e mëtejshëm karshi një problematike apo fenomeni (CHIBUCOS & WEIS, 2005: 1-10). Ne i gjejmë teoritë në çdo pjesë të studimeve të komunikimit (ANDERSEN, 2009: 41-48). Në fakt, teoritë na paraqiten si bartëse të njohurive, ne i kuptojmë gjërat në mënyrë më të sintetizuar, kur ato teorizohen. Platoni sugjeron tre bartës të mundshëm të njohurive ose pretendimeve mbi dijen: (1) besimet si gjendje mendore, (2) fjalitë e gjuhëve të interpretuara dhe (3) propozimet e shprehura nga fjali të tilla. Ndërsa shkenca përpiqet për njohuri publike, filozofët e paraqesin teorinë në vetvete si *gjuhë*. Kjo ndodh për shkak se pretendimet e njohurive në shkencë shprehen me pohime pak a shumë hipotetike. Këto pohime hipotetike mund të formulohen me fjali të interpretuara në një gjuhë shkencore. Të gjitha dëshmitë që shpresohet të justifikojnë deklaratatë të tilla, dhe njohuritë përkatëse rreth këtyre dëshmive, supozohen të jenë të shprehura me fjali (Niiniluoto, 2007). Kësisoj, ajo çka duhet patur parasysh, është fakti se teoritë janë gjuhë, dhe gjuha është përfaqësim i ideve, të cilat kur janë komplekse shprehen nëpërmjet koncepteve. Përpjekja për të krijuar koncepte të reja, për të zbuluar lidhjet mes koncepteve dhe për të krijuar njohuri të reja, është në thelb proces kërkimor. Para se të vazhdojmë më tej, lë të shohim format kryesore të kryerjes së kërkimit.

Ekzistojnë tre forma kërkimi: *kërkim i shkencor*, *kërkimi pronësor* dhe *kërkimi personal* (Anderson, 2012). Se çfarë është kërkimi shkencor ne tashmë e dimë e prej kohësh. Kjo formë e kërkimit ndodh kryesisht në universitete dhe qendra kërkimore, për të cilat jepen bursa dhe fonde të shumta me qëllim, prodhimin e atyre që quhen *njohuri publike*. Këto kërkime konsiderohen si më të besueshmet dhe gëzojnë nivel të lartë pranimi në shoqëri. Mënyra e dytë e kërkimit është kërkimi që ndodh në treg (Anderson, 2012). Një kompani për shembull dëshiron të masë efektivitetin e një fushate reklamimi, ose të masë sasinë e përdorimit të internetit nga një target-

grup i caktuar me qëllim shitjen e një produkti apo shërbimi. Ky kërkim është zakonisht *pronësor*, që do të thotë se duhet të përdoret nga ata që e kryejnë (ose e paguajnë) dhe askush tjetër (Anderson, 2012; Adams, Khan, & Raeside, 2014). Ndërsa mënyra e tretë, është kërkimi personal. Kjo është një mënyrë kërkimi e cila inicohet shpesh në *mënyrë individuale*, ngaqë njerëzit duan të zbulojnë gjëra të reja rreth fenomeneve. Jeta jonë individuale mund të ndikohet gjithashtu nga kërkimi. Karakteristikat që realizojnë kërkime të mira, të tilla si: *kurioziteti, skepticizmi, hetimi sistematik, ose njohja e mundësisë së gabimit*, mund t'i shërbejnë secilit prej nesh në përballimin e sfidave të jetës së përditshme (Anderson, 2012). Që të tri këto forma aplikohen në mënyrë empirike. Qasja empirike ndaj dijes do të thotë se ajo bazohet në vëzhgim të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, ose me fjalë të tjera, në përvojë. Në njëfarë kuptimi, çdokush përdor qasje empirike në jetën e tij të përditshme (Creswell & Creswell, 2018); jeta jonë ndërtohet më së shumti bazuar në vëzhgime empirike. Studiuesit e përdorin qasjen empirike si një mënyrë për të shmangur rezultatet e gabuara dhe interpretimet e dobëta. Gjëja kryesore që bëjnë është planifikimi me kujdes i motiveve që i nxisin ata të bëjnë vëzhgime: si të vëzhgojnë, kur të vëzhgojnë dhe kë duan të vëzhgojnë specifikisht (Newhart & Patten, 2023). Të gjitha aplikohen në fushën e medias dhe komunikimit dhe janë të lidhura ngushtë me mënyra sesi besojmë dhe e shohim botën. Megjithatë, lidhur me njohjen e botës dhe mënyrave se si ajo funksionin, ne kemi tashmë përvojat tona të veçanta. Të gjitha këto përvoja e bëjnë procesin e kërkimit herë më të thjeshtë e herë tjera shumë më kompleks: duke nisur që nga idetë për kërkim dhe duke përfunduar te paradigmat dhe shkollat e kërkimit.

Në punim do të trajtohen qasjet e mëdha ndaj kërkimit, sasiore, cilësore dhe të përziera. Trajtimi i tyre do të bëhet duke i analizuar elementet e tyre përbërës njëri pas tjetrit. Punimi do të shohë sesi ndikojnë pikëpamjet filozofike në paradigmat e kërkimit, në qasjet e mëdha kërkimore, në modelet e kërkimit si dhe në përzgjedhjen e temës apo edhe të metodologjive të kërkimit. Në fokus të këtij punimi janë botëkuptimet filozofike dhe zhvillimi i punës kërkimore vetëm në fushën e medias dhe të komunikimit. Do të trajtohet se çfarë janë paradigmat e kërkimit, si ndërtohen ato dhe çfarë roli luajnë në procesin e një pune kërkimore.

2. Hapat nëpër të cilat kalon një ide kërkimore

Pavarësisht metodave apo procedurave që zgjedhim qoftë me vetëdije ose jo, pavarësisht llojit apo temës, ajo çka mbetet e njëjtë janë fazat nëpër të cilat kalon një ide kërkimore. Kur bëhet fjalë për

fazat, nuk iu referohemi në mënyrë të drejtpërdrejtë etapave konkrete deri në përfundimin e punimit, por fazave filozofike dhe konceptuale nëpër të cilat një punim do të kalojë. Në librin “The Illustrated Guide to the Mass Communication Research Project”, Patricia Swann, zhvillon një model të domosdoshëm për fazat mbi të cilat një kërkim shkencor duhet të kalojë. Ky model i paraqet fazat e kërkimit:

- a) *Faza Ontologjike.* Ontologjia është një degë e filozofisë që merret me natyrën e realitetit - atë që realisht ekziston. Ontologjia pyet se çfarë është reale dhe e ditur në botën fizike dhe sociale (Swann, 2023). Kjo është faza e parë nëpër të cilën kalon një temë kërkimore. Në këtë fazë studiuesi njihet me fenomenet dhe problematikat e prekshme, me ato që duken qartë. Pra, me ato çka ai sheh, ndjen, prek, etj., në përditshmërinë e tij. Këto problematika ose fenomene, në rrafshin më të ulët, mundet se paku, të tërheqin vëmendjen e studiuesit për t’u bërë mandej tema studimi.
- b) *Faza epistemologjike.* Epistemologjia, një degë tjetër e filozofisë, që merret me studimin e njohurive. Mënyra se si ne bëjmë kërkime varet shumë nga mënyra se si prodhohet njohuria dhe çfarë përbën njohuri të besueshme. Njohuria përfshin nocionin e së vërtetës dhe mbështetjet në besimet tona rreth dijes (Si e dimë atë që dimë?). Kërkimi duhet të prodhojë njohuri të besueshme të bazuara në arsytim, prova dhe fakte të cilat mblidhen përmes vëzhgimit dhe eksperimentit (Swann, 2023). Kjo është faza e dytë nëpër të cilën kalon një kërkim shkencor. Kjo fazë, duket sikur vë në dyshim fazën e parë. Pra, ato ajo çka ne dimë rreth një fenomeni apo një problematike, mund të mos jetë realisht ashtu. Mundet, që nga një shkak apo një tjetër ne të jemi keq informuar, të kemi keqinterpretuar shenjat e marra nga vëzhgimet tona ontologjike. Faza epistemologjike, i vë në një peshore kritike ato çka ne dimë nga ontologjia.
- c) *Faza aksiologjike.* Në kërkime, aksiologjia, një degë tjetër e filozofisë, ka të bëjë me vlerat dhe etikën e studiuesit kur merret me pjesëmarrësit në kërkim. Dinamikat e pushtetit ndërmjet një studiuesi dhe subjekteve kërkimore, varion nga objektive dhe të largëta, deri te subjektive, të angazhuara. Cilado qoftë qasja, përdorimi i njerëzve në kërkim imponon konsiderata etike si respekti për pjesëmarrësit, pëlqimi i informuar, minimizimi i rreziqeve, dhe sjellja e duhur e studiuesit (Swann, 2023). Në këtë fazë të studimit, studiuesi përcakton pozitën e tij karshi temës dhe subjekteve të marra në konsideratë për t’u vëzhguar apo eksperimentuar.

d) *Faza metodologjike*. Metodologjia është një kornizë, që përmban besime, vlera, procese apo procedura, dhe që drejton strategjinë e kërkimit. Studiuesit e rinj shpesh mendojnë se “metodologjia” nënkupton metodën e mbledhjes së të dhënave. Të dyja janë të lidhura, por dukshëm të ndryshme. Metodologjia është një arsyetim (një grup arsyesh) për vendimet e kërkimit, duke përfshirë justifikimin për metodën e kërkimit (eksperiment, fokus grup, sondazh, etj.) që studiuesi zgjedh (Swann, 2023). Kjo është faza e fundit para se kërkimi të nisë realisht. Në këtë fazë studiuesi përcakton dhe justifikon mënyrën/at se si do t'i mbledhë dhe do t'i analizojë të dhënat në punën e tij kërkimore.

3. Tri qasje e mëdha ndaj kërkimit

Kërkimet ndahen kryesisht në dy llojesh: kërkime cilësore dhe kërkime sasiore. Jo rrallë herë dallimi midis kërkimit cilësor dhe kërkimit sasior është reduktuar në përdorimin e fjalëve (cilësore) dhe numrave (sasior), ose më mirë akoma, duke përdorur pyetje dhe përgjigje të mbyllura ose pyetje dhe përgjigje të hapura (Creswell & Creswell, 2018). Për të nxjerrë në pah dallimet kryesore të tyre, duhet të kuptojmë botëkuptimet filozofike që studiuesit sjellin në punim, llojet e strategjive kërkimore (metodologjitë) të përdorura në kërkim dhe metodat specifike të përdorura. Këto qasje kërkimore janë zhvilluar dhe ndryshuar me kalimin e viteve. Kërkimet sasiore dominuan format e kërkimit në shkencat sociale nga fundi i shekullit të 19-të deri në mesin e shekullit të 20-të. Gjatë gjysmës së dytë të shekullit të 20-të, interesi për kërkimin cilësor u rrit dhe së bashku me të u rrit edhe zhvillimi i kërkimit me metoda të përziera (Creswell & Creswell, 2018).

3.1. Qasja sasiore

Qasja sasiore ose kërkimi sasior na bën me dije se studiuesi është i prirur që të përdorë numra gjatë kërkimit. Kjo qasje i referohet llojit të kërkimit që bazohet në parimet metodologjike të pozitivizmit dhe post-pozitivizmit, dhe i përmbahet standardeve të një metodologjie të rreptë kërkimore. Kërkimi sasior fokusohet te sasia dhe për këtë arsye përdoret analiza statistikore (Adams, Khan, & Raeside, 2014). Qasja sasiore në kërkim kufizon ndikimin e studiuesit në mbledhjen dhe analizën e të dhënave. Pra, studiuesi është objektiv dhe i distancuar nga të dhënat. Nuk përfshihet emocionalisht me to apo me pjesëmarrësit. Protokollet e kërkimit vendosen përpara se të mbledhen të dhënat. Pavarësisht se kush dhe sa do të jenë pjesëmarrësit në kërkim, studiuesi i ka dakordësuar më përpara instrumentet (anketë, eksperiment, apo sondazh), më të cilat do të

kryejë studimin. Të dhënat e mbledhura nga këto instrumente janë vetë matja e fenomenit apo e problematikës. Analiza e të dhënave mbështetet në masat numerike dhe statistikore dhe kjo bëhet duke u dhënë përgjigje pyetjeve që fillojnë me “Sa?”. Disa pyetje kërkimore në thelb i shërbejnë më shumë një qasje sasiore (Newhart & Patten, 2023) Për shembull: “Sa të informuar janë studentët shqiptarë lidhur me median dhe informacionin?”, që kërkon një qasje sasiore, sepse variablat e nivelit të formimit janë përgjithësisht numerike dhe pyetja përgjithësohet në një grup të madh studentësh. Të dhënat raportohen edhe në formë numerike (Swann, 2023). Qasja sasiore përdoret pothuajse në çdo sferë të jetës, si në kërkimet klinike, biologjike, epidemiologjike, sociologjike dhe në biznes (Adams, Khan, & Raeside, 2014). Studiuesit që angazhohen në këtë formë kërkimi duan të testojnë teoritë në mënyrë deduktive, priren të dalin kundër paragjytimeve, dhe kanë aftësinë për të përgjithësuar dhe përsëritur gjetjet (Creswell & Creswell, 2018). Megjithatë, kërkimet sasiore sugjerohen edhe kur pjesëmarrësit e mundshëm nuk janë të disponueshëm për ndërveprime ose vëzhgime në ambientet e tyre private. Për shembull, mund të jetë e vështirë të planifikohen intervista të thelluara me drejtuesit ekzekutivë të korporatave të mëdha. Megjithatë, ata mund të jenë të gatshëm t’i përgjigjen një pyetësi të shkurtër, i cili do të sigurojë të dhëna statistikore (Newhart & Patten, 2023). Në këto situata sugjerohet të zgjidhet një qasje sasiore. Në rastet kur koha dhe fondet janë shumë të kufizuara, mund t’i qasemi kërkimit sasior. Megjithëse kufizime të tilla janë kritere të diskutueshme për zgjedhjen midis qasjeve kërkimore, sugjerohet kërkimi sasior sepse mund të përdoret për të siguruar të dhëna të shpejta dhe pa kosto të mëdha. (Newhart & Patten, 2023)..

3.2. Qasja cilësore

Një qasje cilësore mbi kërkimin do të thotë që studiuesi nuk përdor numra dhe sasi për të mbledhur të dhëna, por fjalët dhe idetë e atyre që marrin pjesë në studim (Arnett, 2016). Kjo qasje kërkimore përdor një sërë strategjish metodologjike të bazuara në parime të ndryshme teorike, si: fenomenologjia, hermeneutika, ndërveprimi social, etj. (Stewart, 2009). Kjo qasje kërkimi, synon eksplorimin e marrëdhënieve shoqërore dhe përshkruan realitetin e përjetuar nga të intervistuarit (Mancino & Kearney, 2023). Qasja cilësore është përdorur prej kohësh në fushën e shkencave të komunikimit. Për shembull, qasja kryesore e përdorur nga antropologët për të studiuar zakonet dhe sjelljet e njerëzve, është cilësore. Kjo qasje aplikohet gjithashtu në fusha të ndryshme si sociologjia, psikologjia, arsimit, historia, media dhe komunikimi, si dhe studimet kulturore

(Adams, Khan, & Raeside, 2014). Një ndër tiparet themelore në këtë qasje kërkimore është fakti se studiuesi pranon ndikimin e tij në procesin e kërkimit si interpretues dhe bashkëkrijues i njohurive me pjesëmarrësit. Të dhënat mbledhen nga vëzhgimi dhe intervistat e pjesëmarrësve shpesh në mjedise natyrore. Analiza e të dhënave në kërkimin cilësor nuk është e paracaktuar dhe strikte, edhe pse parapëlqehet njohja e modelit me të cilin kryhet analiza (Swann, 2023; Creswell & Creswell, 2018). Kjo analizë e të dhënave kryhet duke u ndërtuar në mënyrë induktive (Creswell & Creswell, 2018). Në fund, të dhënat raportohen në formë fjalësh (Swann, 2023). Raporti përfundimtar me shkrim ka një strukturë fleksibël. Ata që angazhohen në këtë formë të kërkimit kanë në fokus kuptimin individual dhe rëndësinë e raportimit të kompleksitetit të një situatë (Creswell & Creswell, 2018).

Ekzistojnë disa situata specifike në kërkim kur aplikohet qasja cilësore. Në rastet *kur dihet pak për një temë*, zakonisht duhet të favorizohet kërkimi cilësor. Për temat e reja, shpesh ka pak, në mos aspak kërkime të publikuara më parë. Kërkuesit cilësorë mund të fillojnë me pyetje të gjera dhe t'i përsosin ato gjatë intervistave ndërsa shfaqen çështje të panjohura kërkimi. Teoritë mund të zhvillohen nga rezultatet cilësore dhe të çojnë në hipoteza që mund të nxirren dhe të testohen më pas me kërkime sasiorë (Newhart & Patten, 2023; Creswell & Creswell, 2018). Në rastet *kur pjesëmarrësit i përkasin një kulture* që është e mbyllur ose e fshehtë, zakonisht duhet të aplikohet kërkimi cilësor. Një studiues cilësor i aftë, i cili është i gatshëm të kalojë kohë të konsiderueshme për të thyer barrierat që ekzistojnë, ka më shumë gjasa të jetë më i suksesshëm sesa një studiues sasior që shpenzon shumë më pak kohë duke ndërvepruar me pjesëmarrësit (Newhart & Patten, 2023). Megjithatë, kërkimi cilësor është shumë kompleks krahasuar me kërkimin sasior. Në disa raste pozita teorike nga ku nisin studimet cilësore është e paqartë ose me disa kënde. Jo rrallë herë studiuesit cilësor janë parë si kundërshtarë të studiuesve sasiorë. Këta studiues preferojnë ta shohin kërkimin cilësor jo si një qasje të mirëfilltë kërkimore, por në vend të kësaj si një përgjigje teorike ndërdisiplinore ndaj, dhe një reagim kundër, kërkimit sasior të shkencave sociale (Brennen, 2022).

3.3. Qasja e përzierë

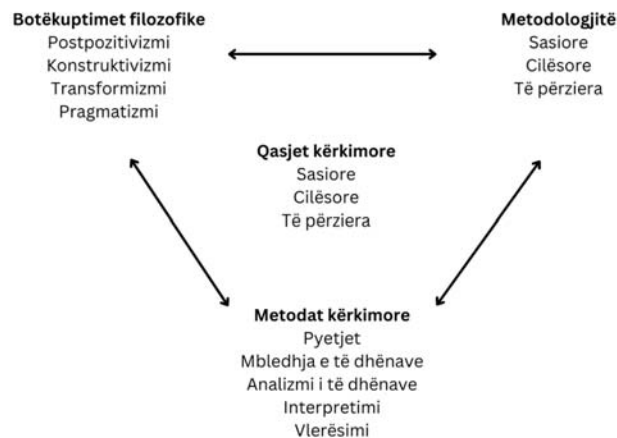
Qasja e përzierë i referohet përdorimit të disa metodave në mbledhjen e të dhënave të cilat kryhen edhe me fjalë edhe me numra. Kjo qasje është një kombinim i të dyja qasjeve të diskutuara më parë. Për shembull, kjo qasje kërkimore mund të përfshijë një fokus grup dhe një eksperiment (Swann, 2023). Nëse një studiues zgjedh ta nis mbledhjen e të dhënave me metoda sasiorë dhe ta

përfundojë me metoda cilësore, apo anasjelltas, kjo është në dorë të studiuesit ose në varësi të temës. Metodatat sasiore dhe cilësore mund të përdoren në mënyrë të ndarë ose të integruar në faza të ndryshme ose të njëjta përgjatë projektit. Qasjet e metodave të përziera përdoren zakonisht për të eksploruar, kuptuar, vlerësuar dhe sjellë veprim kolektiv dhe zhvillim në shoqëri (Scharrer & Ramasubramanian, 2021). Ekzistojnë edhe disa raste të veçanta kur duhet përdorur qasja e përzierë për të kryer një studim. Në mënyrë specifike kjo qasje përqafohet kur audiencia kërkon të dhëna të vështira (të tilla si ligjvënësit ose agjencitë financuese), aplikohet një projekt me metoda të përziera. Duhet të kemi parasysh se historitë dhe rrëfimet personale kanë fuqi dhe emocion të ndryshëm nga statistikat, por të dyja mund të shërbejnë për të paraqitur më mirë një fenomen (Newhart & Patten, 2023).

4. Elementet e një qasjeje kërkimore

Qasja ndaj kërkimit është plani ose propozimi për të kryer studime. Një qasje kërkimore përfshin kryqëzimin e: filozofisë, metodologjive të kërkimit dhe metodave specifike.

Figura 1. Korniza e kërkimit shkencor



Korniza që përdoret për të shpjeguar ndërveprimin e këtyre tri komponenteve vizualizohet në figurën e mëposhtme (Creswell & Creswell, 2018).

4.1. Botëkuptimet filozofike

Creswell dhe Creswell (2018) identifikojnë katër botëkuptime. Edhe pse ata shprehen se nuk ekziston një ndarje e saktë mes botëkuptimeve, bien dakord se këto që janë renditur në skemën e epërme, janë më të dakordësuar mes studiuesve:

- a) *Post-pozitivizmi*. Siç kemi prekur edhe më herët, pozitivizmi ose post-pozitivizmi është një botëkuptim shkencor dhe përfaqon atë që quhet *shkencë e pastër (pure science)*. Ky botëkuptim sfidon nocionin e së vërtetës absolute, por thekson shkakun dhe pasojën, si dhe idenë që bota qeveriset nga ligje ose teori që mund të testohen ose verifikohen. Idetë e mëdha reduktohen në grupe të dhënash që lejojnë testimin e hipotezave. Teoria çon në mbledhjen e të dhënave dhe më pas në testimin e teorisë duke përdorur metoda sasiore. Theksi është në vëzhgimin dhe matjen objektive të fenomenit apo problematikës (Creswell & Creswell, 2018).
- b) *Konstruktivizmi*. Ndryshe nga post-pozitivizmi, ky botëkuptim na shpreh se individët kërkojnë të kuptojnë botën në të cilën jetojnë dhe ndërtojnë pikëpamjet e tyre rreth saj (Jupp, 2006). Për këtë arsye, studiuesit mbështeten në pikëpamjet subjektive të pjesëmarrësve mbi botën dhe përdorin metoda cilësore për t'i mbledhur këto pikëpamje (Gaus, 2017). Sipas këtij botëkuptimi, studimi është kryesisht interpretues dhe cilësor, duke nisur nga vëzhgimi i realitetit dhe duke arritur të zhvillimin e një teorie (Creswell & Creswell, 2018).
- c) *Transformizmi*. Edhe pse ky botëkuptim është i fokusuar te të dhënat cilësore, ndjek një lloj agjende apo qëllimi. Ky botëkuptim është i orientuar drejt ndryshimit dhe argumenton se mund të ekzistojnë përzierje mes kërkimit dhe politikës për të kundërshtuar shtypjen sociale dhe për të ndryshuar për mirë jetën e individëve pjesëmarrës në kërkim. Studiuesit që i përkasin këtij botëkuptimi kanë një interes të besnik për shtresat e marginalizuara (pakicat, racat, të dhunuarit, të shtypurit, etj.). Botëkuptimi përfshin një sërë interesash kërkimore, duke përfshirë nevojën për aksion dhe analizat kritike (Creswell & Creswell, 2018).
- d) *Pragmatizmi*. Ky botëkuptim fokusohet në zgjidhjet e problemeve, në atë se çfarë funksionon, gjithë duke përdorur çdo qasje të mundshme për të kuptuar këto probleme. Në këtë botëkuptim fokusi është te problemi dhe jo te metoda. Studiuesi në këtë rast nuk angazhohet në asnjë filozofi bazë dhe për këtë arsye përfshin kërkime me metoda të përziera (Jupp, 2006). Vendimet e kërkimit bazohen në atë që studiuesit duan të bëjnë me kërkimin e tyre, gjithë duke kuptuar arsyen pse po e bëjnë atë që po bëjnë. (Creswell & Creswell, 2018).

Në fushën e komunikimit janë zhvilluar edhe botëkuptime të tjera. Për t'i patur më të qarta idetë, kujtojmë konceptin e metateorisë së komunikimit të një familjeje konceptesh, që përfaqon disa tradita të ndryshme të kërkimit të komunikimit (Craig, 1999). Studiuesit e komunikimi rendisin disa tradita teorike dhe metateorike mbi kërkimin në këtë fushë të tilla, si: retorike, semiotike, fenomenologjike, kibernetike, socio-psikologjike, socio-kulturore dhe kritike. Ata sugjerojnë perspektiva të tjera që mund të merren parasysh. Për shembull, komunikimi mund të studiohet edhe nga perspektiva feministe, estetike, ekonomike ose shpirtërore (Treadwell & Davis, 2020).

5. Metodologjitë e kërkimit

Studiuesi jo vetëm që zgjedh një studim cilësor, sasior ose të përzier, por ai vendos për metodologjinë dhe metodat specifike kërkimore (Creswell & Creswell, 2018). Metodologjitë e kërkimit janë lloje të kërkimit brenda metodave cilësore, sasiore dhe të përziera, që ofrojnë drejtim specifik për procedurat në një studim kërkimor. Disa studiues i kanë quajtur modele kërkimore, të tjerë i kanë quajtur strategji kërkimore (Denzin & Lincoln, 2011). Megjithatë, zhvillimi i teknologjive ka zhvilluar në të njëjtën kohë dhe metodologjitë e kërkimit (për shembull, etnografia digjitale).

Tabela 1. Llojet e metodologjive të kërkimit

Metodologjitë sasiore	Metodologjitë cilësore	Metodologjitë e përziera
Bazuar në eksperiment	Kërkim narrativ	Model konvergjent
Konceptim gjatësor	Kërkim fenomenologjik	Sekuencial shpjegues
Bazuar në anketë	Ndërtim teorie	Sekuencial eksplorues
	Kërkim etnografi	Model kompleks
	Rast studimi	

Elementi i tretë kryesor në kuadër të perspektivave të kërkimit shkencor janë metodat specifike të kërkimit që përfshijnë format e mbledhjes, analizës dhe interpretimit të të dhënave, të cilat kërkuesit propozojnë për studimet e tyre. Duke zgjedhur qasjen që ka një punim, në mënyrë automatike kemi zgjedhur edhe metodologjinë që do ndjekë punimi në tërësi. Megjithatë, edhe pse metodologjia përcakton në nivelin marko metodat, ne kemi mundësi të përcaktojmë se me çfarë instrumenti do t'i mbledhim këto të dhëna dhe pastaj sesi do t'i analizojmë ato. Dy mënyrat

kryesore për të mbledhur të dhëna janë me numra, ose me fjalë, por ekziston edhe një mënyrë audio-vizive, por kjo në instancën e vet më të fundit, lipset të shpërfaqet ose si numër ose si fjalë. Studiuesit mbledhin informacion dhe të dhëna me një instrument ose test (p.sh., një grup pyetjesh në lidhje me qëndrimet ndaj vetëvlerësimit të edukimit për median, thënë ndryshe anketë) ose mbledhin të dhënat me anë të një liste kontrolli të sjelljeve (p.sh., vëzhgimi i një punonjësi të medias të përfshirë në një aftësi komplekse). Nga ana tjetër, mbledhja e informacioneve dhe të dhënave mund të përfshijë vizitën në një vend kërkimi dhe vëzhgimin e sjelljes së individëve pa pyetje të paracaktuara ose kryerjen e një interviste ku pjesëmarrësve iu lejohej të flasin në formën e një rrëfimi për një temë të paracaktuar, kryesisht pa drejtimin e pyetjeve specifike (Creswell & Creswell, 2018). Secila prej metodave të zgjedhura ka tiparet dhe procedurat e saj të ndërtimit, implementimit si dhe të analizës apo interpretimit. Pikërisht këtë gjë e detajon tabela e mëposhtme, krijuar nga Creswell and Creswell (2018).

Tabela 2. Tiparet e metodave sasimore, cilësore dhe të përziera

Metodat sasimore	Metodat e përziera	Metodat cilësore
Të paracaktuara	Të paracaktuara dhe emergjente (të dyja)	Emergjente
Bazuar në pyetje instrumentale (të mbyllura)	Pyetje të hapura dhe pyetje të mbyllura	Pyetje të me fund të hapur
Të dhëna performative; Të dhëna rreth sjelljes; Të dhëna të vëzhgueshme; Të dhëna nga censusi	Forma të shumta për mbledhjen e të gjitha të dhënave të mundshme	Të dhëna nga intervistimi; Të dhëna nga vëzhgimi; Të dhëna arkivore; Të dhëna audio-vizuale
Analizë statistikore	Analizë statistikore dhe tekstuale	Analizë teksti dhe imazhi
Interpretim statistikor	Interpretim i kryqëzuar i të dhënave	Interpretim tematik dhe sipas modeleve

6. Paradigmat e kërkimit

Shumë gjerë në literaturë shpjegohet sesi vendi ku jemi rritur, njerëzit me të cilët jetojmë dhe me së shumti përvojat tona të mëparshme, përcaktojnë mënyrën e sesi imagjinojmë, kuptojmë dhe përgatitemi karshi situatave. Këto përvoja janë bërë bindje ontologjike dhe përcaktojnë

marrëdhënien tonë me të ardhmen, sidomos të ardhmen e afërt. Këto bindje apo përkatësi janë quajtur paradigma. Kështu, edhe studiuesit i qasen studimit të tyre nga pozicione ose paradigma të veçanta, të cilat janë botëkuptime, metodologji, metoda ose modele për të kryer kërkime, siç është paradigma interpretuese (Faulkner & Atkinson, 2024). Një paradigëmë kërkimore është botëkuptimi ynë në lidhje me procesin e kërkimit që ndërthur bindjet ontologjike, epistemologjike, aksiologjike dhe metodologjike. Një paradigëmë përfshin besime dhe parime abstrakte për të udhëhequr studiuesit në kryerjen e kërkimit në mënyrë efektive (Swann, 2023). Megjithatë, studiuesit, e shohin disi komplekse përkufizimin e paradigmave. Fillimisht shprehen ata, një paradigëmë nënkupton gjithë morinë e besimeve dhe vlerave të përbashkëta nga anëtarët e një komuniteti të caktuar shkencor. Pra, në këtë kuptim, ata i referohen paradigëmës si njëfarë shkolle, ose si emërues i përbashkët mes studiuesve (Gebremedhin & Tweeten, 1994). Nga ana tjetër, paradigma tregon një metodologji konkrete të përdorur si modele ose teori që mund të zëvendësojnë rregullat si bazë për zgjidhjen e të panjohurave të mbetura të shkencës (Gebremedhin & Tweeten, 1994).

Eksitojnë disa kategorizime të paradigmave. Cuba dhe Lincoln (1994) shprehen se katër paradigmat e zakonshme, janë: pozitivizmi, i lidhur ngushtë me post-pozitivizmi, konstruktivizmi, interpretivizmi dhe teoria kritike (Guba & Lincoln, 1994). Autorë të tjerë diskutojnë tri objektiva të rëndësishme përmes të cilave mund të ekzaminohet praktika e kërkimit, duke i paraqitur paradigmat si metodologji. Sipas tyre paradigmat e kërkimit janë: (a) metodologjitë shkencore dhe pozitiviste; (b) metodologjitë natyraliste dhe interpretuese; (c) metodologjitë nga teoria kritike (Cohen, Manion, & Morrison, 2005).

Interesante është edhe pikëpamja e studiuesve të fushës së komunikimit mbi paradigmat. Ata identifikojnë katër paradigma kryesore, që informojnë fushën:

1. *Paradigma funksionaliste*. Kjo paradigëmë thekson kontributin e medias në funksionimin dhe ruajtjen e rendit ekzistues shoqëror dhe favorizon kërkimin sasior;
2. *Paradigma interpretuese*. Kjo paradigëmë mbështetet mbi metodat cilësore për përshkrimin dhe studimin e çështjeve kulturore të kuptimit dhe përmbajtjes në lidhje me proceset e komunikimit;
3. *Paradigma radikale-humaniste*. Ashtu si paradigma interpretuese, edhe kjo lloj paradigme mbështet metodat cilësore, por me një sens të qartë se qëllimi i kërkimit është të ekspozojë rolin 'hegjemont' (mbizotërues) të medias dhe të sjellë ndryshime rrënjësore në shoqëri;

4. *Paradigma radikale-strukture*. Ndryshe nga të tjerat, kjo paradigmë e shikon median si një forcë materiale, veçanërisht politiko-ekonomike, në shoqëri. Media sipas kësaj paradigme duhet të studiohet në manifestimet e saj konkrete (d.m.th. duke iu referuar modeleve të pronësisë, kontrollit, fuqisë së tregut dhe lidhjeve politike) dhe me metoda objektive të analizës të aplikuara për të dhëna të besueshme (Hansen & Machin, 2019).

Në të njëjtën linjë qëndrojnë edhe studiues të tjerë (Alston & Bowles, 2003). Edhe pse me emërtime të tjera, ata paraqesin thujtë të njëjtat paradigma mbi kërkimin: (1) kërkim i sasior; (2) kërkim cilësor; (3) qasje emancipuese; (4) kërkim feminist; (5) kërkim post-modern (ALSTON & BOWLES, 2003).

Në mënyrë të strukturuara, me qëllim qartësimin dhe lidhjen mes njëra-tjetrës, do t'i paraqesim këto paradigma në tabelën e mëposhtme.

Tabela 3. Paradigmat e kërkimit

Autorët	Sasiore	Cilësore	E përzierë
(Guba & Lincoln, 1994)	Post-pozitivizmi	Konstruktivizmi Teoria kritike Interpretivizmi	
(Cohen, Manion, & Morrison, 2005)	Metodologjitë shkencore dhe pozitiviste	Metodologjitë nga teoria kritike	Metodologjitë natyraliste dhe interpretuese
(Hansen & Machin, 2019)	<i>Paradigma funksionaliste</i>	Paradigma interpretuese Paradigma radikale-humaniste Paradigma radikale-strukture	
(Alston & Boëles, 2003)	Kërkim i sasior	Kërkim cilësor Qasje emancipuese Kërkim feminist	Kërkim postmodern
(Cresëell & Cresëell, 2018)	Post-pozitivizmi	Konstruktivizmi Transformizmi	Pragmatizmi

7. Si përzgjedhet një qasje apo metodologji kërkimore?

Duke pasur parasysh mundësinë e qasjeve cilësore, sasiore ose të përziera, janë disa faktorë që ndikojnë në zgjedhjen e një qasjeje mbi një tjetër lidhur me kryerjen e një studimi. Botëkuptimit, metodologjisë dhe metodave specifike, do t'u shtohen tashmë edhe problemi i kërkimit, përvojat personale të studiuesit dhe audienca(at) për të cilët do të shkruhet punimi. Po ashtu edhe metodat ose metodologjia, nuk mund të përcaktohet pa ndonjë arsytim apo mbështetje në përzgjedhje paraprake. Studiuesit na paraqesin katër elementë që ndikojnë në përzgjedhjen e metodologjisë, të tilla si: paradigma e kërkimit, qëllimet e kërkimit, aftësitë e kërkuesit, dhe llojit të të dhënave që ekzistojnë. Le t'i marrim me radhë.

- a) *Paradigma e kërkimit*. Siç e dimë, paradigmat e kërkimit janë shkolla të mëdha të kërkimit ose të studimit të një fushe. Këto shkolla, shpesh paraqiten si komunitete të mëdha studiuesish ku ne, si studiues të rinj përpiqemi ta atashojmë veten tonë. Thënë ndryshe, janë teori, apo mendime të mëdha të autorëve që ne duam, që ne pranojmë dhe që shpesh i ndjekim. Këto paradigma, na shfaqen si qasje kërkimore, pra mënyra se si ne i përafrohemi një teme apo fenomeni për ta studiuar. Ndër të tjera, këto paradigma na shfaqen e dhe si botëkuptime, pra si grupe besimesh që na orientojnë veprimin. Nëse ne parapëlqejmë studimet sasiore, nëse lexojmë dhe pëlqejmë studiues që merren me studime të kësaj natyre, dhe nëse besojmë se e vërteta është sasiore dhe realiteti është objektiv, atëherë prirja jonë është të zgjedhim metoda sasiore.
- b) *Qëllimet e kërkimit*. Nuk ka askund kërkime pa qëllime ose pa objektiva. Pavarësisht nëse janë të deklaruara ose jo, pavarësisht mënyrës sesi ato parashtrohen, sërish mbeten të qenësishme dhe të rëndësishme. Disa nga qëllimet e studimeve mund të jenë matja e një ose disa variablave (sa të edukuar janë shqiptarët lidhur me median dhe informacionin), gjetja e disa shkaqeve të një fenomeni, matja e një pasoje, sa një variabël ndikon në një tjetër dhe shumë objektiva të tjera (analizimi, krahasimi, evidentimi, eksplorimi, etj.) Nëse ne kemi si qëllim kryesor matjen sesa..., atëherë metodat do të jenë sasiore dhe konkretisht matje me anketim.
- c) *Aftësitë e kërkuesit (përvojat)*. Si kërkues, sado të rinj të jemi, kemi përvojën tonë të mëparshme. Së paku, e dimë se cila lëndë na ka pëlqyer më së shumti kur kemi qenë në universitet. Duke e ditur këtë, e kemi të qartë nëse parapëlqejmë metodat sasiore apo cilësore. Ndërsa një përvojë më shumë mund të përcaktojë se çfarë metode specifike mund apo duhet të zgjedhim.

d) *Llojit të të dhënave që ekzistojnë.* Në botë ekzistojnë pafundësisht të dhëna për gjithçka. Megjithatë, ka disa raste, kur këto të dhëna janë më të dukshme. Nga ana tjetër, të njëjtat të dhëna mund të maten ndryshe (ose më lehtë) më njëjërën apo tjetrën metodë. Se sa shpesh i përdorin studentët rrjetet sociale, mund të matet me anketë dhe me eksperiment. Ndërsa, si janë përvojat e tyre me këto rrjete, mund të matet edhe me intervista, apo me fokus-grupe.

Megjithatë, përzgjedhja e metodave të kërkimit mund të përcaktohet edhe nga tema e përzgjedhur, nga pyetjet kërkimore apo hipoteza e ngritur, dhe nga elementë të ngjashëm gjatë punimit.

8. Përfundimet

Ajo çka vihet re nga kërkimi në literaturë është fakti që kërkimi në media dhe komunikim, ndodh thuajse si në çdo fushë apo disiplinë tjetër. Kërkimi në media dhe komunikim konceptualisht dhe praktikisht mund të zhvillohet në qasje të ndryshme duke u bazuar në tre qasjet më të mëdha të tilla si sasiore, cilësore dhe e përzierë. Duke u bazuar në pohimin e mësipërm si dhe në literaturën ekzistueses, paradigma të ndryshme, aplikojnë qasje të ndryshme mbi të njëjtën temë kërkimore në fushën e medias dhe të komunikimit. Këto qasje orientohen nga botëkuptimet filozofike që studiuesit mbartin kur nisin të studiojnë një temë. Mandej këto botëkuptime reflektojnë punimin që para procesit, gjatë procesit, ashtu dhe pas përfundimit të procesit kërkimor. Këto botëkuptime filozofike formësohen nga mënyrat se si dhe nga kush i kemi marrë dijet. Kjo nis që tek librat e parë që kemi lexuar dhe na kanë pëlqyer dhe përfundon te teoritë specifike të komunikimi me të cilat i shpjegojmë fenomenet dhe i adaptojmë ato në kërkimet tona. Në këtë situatë, dukeq duket qartë se botëkuptimet filozofike janë në gjendje të përcaktojnë temën, teorinë, rishikimin e literaturës, metodologjinë dhe mënyrën se si do të analizohen të dhënat, apo sesi do të dalin përfundimet. Kështu pikëpamjet filozofike janë thelbësore për punën kërkimore jo vetëm në media dhe komunikim, por sidomos në këtë fushë. Kjo për arsien themelore se komunikimi është çështje e mendjes dhe ideve, të cilat janë përherë në ndryshim dhe përherë në përpjekje për t'i lidhur konceptet dhe fenomenet, me koncepte dhe fenomene të tjera.

BIBLIOGRAFI & Referencat

Adams, J., Khan, H. T., & Raeside, R. (2014). *Research Methods for Business and Social Science Students*. New Delhi : Sage Publications.

- Alston, M., & Bowles, W. (2003). *Research for Social Workers An introduction to methods*. Australia: Allen & Unwin.
- Anderson, J. A. (2009). Philosophical Approaches to Communication. *21st Century Communication: A Reference Handbook*, 2(1), 41-48. doi:<https://doi.org/10.4135/9781412964005.n5>
- Anderson, J. A. (2012). *Media Research Methods: Understanding Metric and Interpretative Approaches*. London: Sage PUB.
- Arnett, R. C. (2016). Philosophy of Communication: Qualitative Research, Questions in Action. *Qualitative Research Reports in Communication*, 17(1), 1-6. doi:<https://doi.org/10.1080/17459435.2016.1194313>
- Brennen, B. S. (2022). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. New York: Routledge Publications. doi:<https://doi.org/10.4324/9781315435978>
- Chibucos, T. R., Leite, R. W., & Weis, D. L. (2005). Theory: What It Is and Why It Is Important. In T. R. Chibucos, R. W. Leite, & D. L. Weis, *Readings in Family Theory* (pp. 1-10). London: Sage PUB.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2005). *Research Methods in Education*. New York: Taylor & Francis Publications.
- Craig, R. T. (1999). Metadiscourse, Theory, and Practice. *Research on Language and Social Interaction*, Volume 32, 1999 - Issue 1-2, 21-29. doi:<https://doi.org/10.1080/08351813.1999.9683604>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Research Approaches*. London: Sage PUB.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publications.
- Faulkner, S. L., & Atkinson, J. D. (2024). *Qualitative Methods in Communication and Media*. New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/oso/9780190944056.001.0001
- Gaus, N. (2017). Selecting research approaches and research designs: a reflective essay. *Qualitative Research Journal*, 99-112. doi:<https://doi.org/10.1108/QRJ-07-2016-0041>
- Gebremedhin, T. G., & Tweeten, L. G. (1994). *Research Methods and Communication in the Social Sciences*. Westport: Praeger Publishers.
- Guba, E. S., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing Paradigms in Qualitative Research. In & Y. N. K. Denzin, *Handbook of qualitative research* (pp. 105-117). New York: SAGE Publishing.
- Hansen, A., & Machin, D. (2019). *Media and Communication Research Methods*. London: RED GLOBE PRESS.
- Jupp, V. (2006). *The Sage Dictionary of Social Research Methods*. California: SAGE Publications

- Mancino, S., & Kearney, M. R. (2023). Philosophy of communication within the narrative of interpretive research. *Qualitative Research Reports in Communication* , 25(1), 127-135 . doi:<https://doi.org/10.1080/17459435.2023.2291011>
- Newhart, M. & Patten, M. L. (2023). *Understanding Research Methods: An Overview of the Essentials*. London: Routledge Publications.
- Niiniluoto, I. (2007). Evaluation of Theories. *General Philosophy of Science, Focal Issues*, 175-217. doi:<https://doi.org/10.1016/B978-044451548-3/50005-7>
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative Research Methods in Communication: The Power of Numbers for Social Justice*. New York: Routledge Publications.
- Stewart, J. (2009). Philosophy of qualitative inquiry: Hermeneutic phenomenology and communication research. *Quarterly Journal of Speech* , 67(1), 109-121 . doi:<https://doi.org/10.1080/00335638109383555>
- Swann, P. (2023). *The Illustrated Guide to the Mass Communication Research Project*. London: Routledge.
- Treadwell, D., & Davis, A. (2020). *Introducing Communication Research*. Los Angeles: Sage Publications.