
DINAMIKA E BESIMIT DHE PËRDORIMIT TË BURIMEVE NGA GAZETARËT: ANALIZË MBI NDIKIMIN E BESUESHMËRISË NË PRAKTIKAT MEDIATIKE

Prof. asoc. dr. ERLIS ÇELA

Departamenti i Shkencave të Komunikimit/Kolegji Universitar Bedër

ecela@beder.edu.al

Prof.asoc.dr. RAMADAN ÇIPURI

Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit/Fakulteti i Historisë dhe i Filologjisë/
Universiteti i Tiranës

ramadan.cipuri@unitir.edu.al

Abstract

This study analyzes the relationship between journalists' trust in various sources and their usage patterns, addressing a significant gap in the literature regarding the impact of credibility on journalistic practices. Existing research highlights the importance of source reliability in shaping media narratives. However, few studies have empirically measured how trust in different sources—such as press releases, institutions, NGOs, citizen-generated content, and social networks—relates to actual source usage by journalists. This study aims to contribute to this area by analyzing survey data from 262 (n=262) journalists across various media outlets in Albania.

The study employs a quantitative methodology, collecting data on journalists' trust levels and their use of diverse sources in daily reporting. Trust was measured on a Likert scale from 1 to 5, while source usage was evaluated through frequency ratings. Statistical analyses, including correlation and regression, were applied to identify key patterns in the relationship between trust and source usage.

The main findings reveal that journalists show higher levels of trust in institutional sources and experts, whereas non-traditional sources such as social media content and user-generated material receive lower trust ratings. The analysis demonstrates a positive correlation ($r = 0.113$) between trust and source usage frequency. Furthermore, results suggest no significant variation in trust and reliance on traditional sources across different media types. This study aims to contribute to the understanding of trust dynamics and source usage in journalism.

Keywords: journalists' trust, source usage, institutional sources, digital journalism, media practices

Hyrje

Besimi është thelbi i marrëdhënies së medias me publikun. Në një epokë që karakterizohet nga flukse të mëdha informacioni, shpërndarje dhe konsum të shpejtë, ku audiencat ekspozohen ndaj përmbajtjeve të pa verifikuara, gazetarët duhet të marrin vendime të kujdesshme për burimet e tyre të informacionit. Ky proces përzgjedhjeje është më i ndërlikuar në ekosistemin aktual të mediave, ku ekziston një mbivendosje e burimeve tradicionale, si agjencitë e lajmeve dhe zyrtarët qeveritarë, dhe atyre jo tradicionale, si përmbajtja e prodhuar nga përdoruesit në platformat sociale. Dinamika midis besimit në këto burime dhe përdorimit të tyre ka qenë dhe vazhdon të mbetet subjekt i kërkimeve të vazhdueshme (Wintterlin 2017). Këto studime janë shtuar veçanërisht për shkak të përhapjes së dezinformimit, lajmeve të rreme dhe polarizimit politik (Michailidou and Trenz 2021).

Parë në këtë këndvështrim, në epokën digjitale, gazetarët po përballen me një ndryshim paradigmatic në rolet dhe përgjegjësitë e tyre. Metodatat tradicionale të raportimit janë plotësuar me tregime multimediale, përmbajtje interaktive dhe angazhim të audiencës (Sultan dhe Amir 2023, 61). Ata shpesh përballen me sfidën e ruajtjes së integritetit dhe besueshmërisë së tyre, ndërkohë që përshtaten me presionin e shpejtësisë së raportimit, e cila kryesisht buron nga konkurrenca e platformave të mediave sociale.

Studiuesi Alfred Hermida ka nënvizuar rolin e marketingut për gazetarët, që nënkupton angazhimin e tyre në procesin e shpërndarjes dhe promovimit të lajmeve duke u përpjekur të lidhen dhe të angazhohen me audiencën, si dhe t'i kushtojnë "vëmendje kërkesës së tregut (Hermida 2020). Ka të tjerë që e vlerësojnë këtë qasje si 'paketim' të lajmeve nga ana e gazetarëve. Kjo përfshin vendimet për prezantimin e historive ose promovimin e tyre në platformat e mediave sociale (Lamot dhe Paulussen 2019). Këto qasje çojnë në kalimin nga logjika redaksionale drejt logjikës algoritmike në procesin e prodhimit të lajmit, që intensifikon tendencën për të shkuar drejt 'marketimit' të gazetarisë (Çipuri 2022).

Përveç sfidës së vlerësimit të saktësisë së informacionit nga burimet jo tradicionale, gazetarët përballen gjithashtu me rritjen e mosbesimit të publikut në institucionet mediatike. Kjo situatë ka krijuar një mjedis të ndërlikuar për gazetarët që përpiqen të ruajnë një balancë midis besueshmërisë dhe angazhimit të audiencës (Hanitzsch, Dalen and Steindl 2017). Për këtë arsye, studimi i besimit dhe i praktikave të përdorimit të burimeve bëhet i rëndësishëm për të kuptuar më mirë se si gazetaria mund të ruajë rolin dhe funksionet në një shoqëri demokratike, funksionimi i mirë

i së cilës ndikohet nga informimi i saktë i publikut. Mosbesimi i audiencës ndaj medias kryesisht pasqyron vështirësitë me të cilat përballet gazetaria për t'i dhënë zë të barabartë të gjitha grupeve dhe pikëpamjeve politike në një kohë të kontestimit të shtuar ideologjik (Ojala 2021).

Rrjetet sociale kanë transformuar mënyrën se si njerëzit konsumojnë dhe shpërndajnë lajme. Ndërkohë që këto platforma ofrojnë mundësi për raportim të menjëhershëm, ato gjithashtu paraqesin rreziqe të mëdha që lidhen me dezinformimin, i vlerësuar ky si një nga problemet shumë kritike me të cilat përballet gazetaria në shekullin e fundit (Baharom, Muati dhe Zamri 2023, 156).

Deri diku, dinamikat e reja në industrinë e medias dhe komunikimit i shtyjnë gazetarët të ndihen të detyruar për t'u angazhuar me rrjetet sociale, si një lloj sfide kjo përballë konkurrencës ndaj tyre dhe për të siguruar përfshirjen e audiencës. Nga ana tjetër, ata janë të vetëdijshëm për pasiguritë dhe rreziqet e përdorimit të informacionit që nuk është i verifikuar. E gjitha kjo ndikon edhe në cilësinë e produktit që ofrojnë gazetarët. Kur ata e përshtatin përmbajtjen e tyre sipas kërkesave të publikut dhe jo standardeve profesionale të gazetarisë, gazetarët ulin cilësinë e produktit mediatic, duke e barazuar atë me nivelin e konsumatorit mesatar (Saliu, Çipuri and Izmaqu 2024, 2). Kjo krijon një tension midis dëshirës për të qenë i pari që publikon lajmin dhe nevojës për të ofruar informacion cilësor dhe të saktë.

Nga sa më sipër, besimi i publikut te gazetaria si një profesion me autoritet dhe i besueshëm nuk është më i padiskutueshëm. Krahës rënies së besimit në institucionin e gazetarisë gjatë viteve të fundit, kalimi në platformat digjitale duket se ka përforcuar shqetësimet në lidhje me besueshmërinë e informacionit mediatic (Diekerhof 2023). Studimet e fundit sugjerojnë se ndonëse besimi i gazetarëve te burimet tradicionale mbetet i fortë, ata ndihen të detyruar të përdorin burime nga rrjetet sociale për shkak të presioneve për të prodhuar përmbajtje të shpejtë dhe tërheqëse për audiencat. Nga ana tjetër gazetarët janë të vetëdijshëm se besueshmëria e lajmit lidhet ngushtë me cilësinë e burimeve, faktet e argumentet, dhe transparencën me audiencën. (Craft and Vos 2021).

Polarizimi politik dhe dinamikat që e shoqërojnë atë është një tjetër faktor i rëndësishëm që ndikon në kujdesin e shtuar të gazetarit në përzgjedhjen e burimeve që përdor. Mes debateve dhe konflikteve politike të aktualitetit, ka një tendencë të vazhduar nga ana e politikës për të ndërtuar partneritete me mediat me përfitime të ndërsjella (Çipuri 2021, 56), gjë që nxit një sprovë të vështirë besueshmërie të gazetarit ndaj këtyre burimeve.

Duke vlerësuar prirjet e mësipërme, ky studim analizon marrëdhëniet midis besimit dhe përdorimit të burimeve nga gazetarët në kontekstin platformizmit të medias. Platformizimi shihet si një proces ku platformat bëhen modeli dominues infrastrukturor dhe ekonomik i internetit, duke sjellë me vete ndryshime themelore

– edhe për industritë kulturore dhe, si rezultat, për industrinë e medias së lajmeve (Willig 2021, 4). Pyetjet kryesore të kërimit përfshijnë: cilat burime konsiderohen më të besueshme nga gazetarët dhe si ndikon kjo në frekuencën e përdorimit të tyre dhe cilët faktorë, si përvoja profesionale dhe lloji i medias, luajnë një rol të rëndësishëm në këto vendime.

Pyetjet kërkimore

- Në çfarë shkalle gazetarët i konsiderojnë burimet e ndryshme të informacionit, si institucionet zyrtare, zëdhënësit për media, qytetarët, rrjetet sociale dhe organizatat joqeveritare (OJQ) etj., si të besueshme dhe të vlefshme për raportim?
- Si ndikon niveli i besimit në një burim në frekuencën me të cilën gazetarët e përdorin atë në raportimet e tyre?
- A ka faktorë demografikë ose profesionalë të rëndësishëm si: vitet e punës, lloji i medias, etj., që ndikojnë në modelet e besimit dhe përdorimit të burimeve nga gazetarët?

Hipotezat

- **H1:** Gazetarët shfaqin nivele më të larta të besimit të burimet që perceptohen më me autoritet, siç janë institucionet, ekspertët, etj., krahasuar me burimet që perceptohen më pak të besueshme si përmbajtja e rrjeteve sociale ose përmbajtja e prodhuar nga qytetarët.
- **H2:** Sa më i lartë të jetë niveli i besimit në një burim, aq më shpesh përdoret ai burim në praktikën gazetareske.
- **H3:** Gazetarët që punojnë në mediat tradicionale janë më të prirur të besojnë dhe të përdorin burime tradicionale, krahasuar me kolegët e tyre në portalet online.

Rishikimi i literaturës

Besimi ka qenë një komponent i rëndësishëm i kërimit në fushën e shkencave të komunikimit dhe gazetarisë. Në shumë studime të kësaj fushe, besueshmëria lidhet drejtpërdrejt me rolin e spikatur dhe kompleks të besueshmërisë ndaj burimeve (Diekerhof 2023). Gazetarët janë të detyruar të mbështeten në burime të besueshme, pasi kjo ndikon në cilësinë e informacionit që ata prodhojnë dhe rrjedhimisht në marrëdhënien e besimit me tyre dhe audiencave. Identifikimi i burimit, ndërveprimi me burimin, interpretimi i informacionit dhe menaxhimi i burimit janë vetëm disa nga aktivitetet e përdorura në procesin e kërimit të informacionit nga burime të

ndryshme (Hertzum 2022).

Në praktikë, gazetarët mbështeten në besueshmërinë e burimit si një strategji raportimi. Studiuesit Aviv Barnoy dhe Zvi Reich theksojnë se kjo strategji u jep mundësi gazetarëve të minimizojnë energjitë, si dhe të mbrohen nga rreziku i informacioneve të gabuara duke u mbështetur në burime zyrtare. Ata zbuluan se kur gazetarët identifikojnë një lajm sfidues, kur burimet paraqesin versione faktesh që bien ndesh me njëra-tjetrën, si dhe kur burimet zyrtare japin mesazhe që janë jashtë juridiksionit të tyre, ata përdorin një kombinim mes vlerësimeve të besueshmërisë së burimit dhe besueshmërisë së mesazhit, krahas praktikave të tjera të verifikimit (Barnoy and Reich 2020).

Për studiuesin Thomash Hanitzsch, institucionet tradicionale, si qeveritë dhe organizatat shkencore, mbeten burime kyçe të besueshme për gazetarët. Këto institucione gëzojnë një nivel të lartë besimi, të cilin gazetarët e shohin si një mënyrë për të ruajtur besueshmërinë e raportimeve të tyre. Teoritë institucionale nënvizojnë se besimi institucional, rrjedhimisht besimi në burime të këtij lloji, është politikisht endogjen dhe përfaqëson një rezultat të performancës pozitive të institucioneve që përmbush pritshmëritë e publikut (Hamada dhe Vallesi 2023, 3).

Megjithatë, zhvillimet e fundit kanë krijuar një sfidë të madhe për këto burime, qofshin tradicionale ose jo, sidomos në epokën e përhapjes së shpejtë të dezinformimit dhe narrativave të manipuluar nga aktorë të ndryshëm. Ekziston tashmë një qëndrim i gjithë pranuar mes studiuesve se rrjetet sociale kanë ndryshuar rrënjësisht peizazhin e gazetarisë, duke i detyruar gazetarët të përshtaten me një mjedis informativ ku lajmet qarkullojnë me shpejtësi të jashtëzakonshme dhe shpesh pa u verifikuar.

Ndërsa rrjetet sociale ofrojnë mundësi për raportim të menjëhershëm, ato mbartin rrezikun e përhapjes së lajmeve të rreme (Wagner and Boczkowski 2019). Ato kanë përshpejtuar përhapjen e dezinformatave, duke ndikuar në reagimet e shoqërisë dhe ndërhyrjet e qeverive, çka ka sjellë pasoja të ndjeshme shoqërore nga dezinformimi (Shahbazi dhe Bunker 2024, 3). Studiuesit theksojnë se mediat sociale janë kthyer në aktorë kryesorë teknologjikë në procesin e prodhimit, shpërndarjes dhe konsumit të lajmeve (Lewis and Westlund 2015). Kështu, shumë burime e gjejnë më të lehtë hyrjen në redaksi përmes kanaleve digjitale. Kjo jo vetëm që e përforcon problemin e përzgjedhjes, por gjithashtu kërkon metoda të reja për të vlerësuar besueshmërinë e materialit dhe burimeve digjitale (Wintterlin dhe Blöbaum 2016, 71).

Gazetarët, më së shumti ata të mediave online, por jo vetëm, janë nën një presion të madh për të publikuar lajme të shpejta, gjë që shpesh e komplikon procesin e verifikimit. Informacionet e paverifikuara janë të prirura për të ndikuar në perceptimet publike dhe të dëmtojnë integritetin e medias. Shpërndarja e lajmeve të rreme dhe manipulimi i burimeve nga aktorë politikë apo komercialë ka krijuar një nevojë të madhe për standarde më të forta verifikimi nga ana e profesionistëve të medias.

Një çështje e veçantë që ka ndikuar në perceptimet e besueshmërisë është polarizimi politik, qoftë i klasës politike, po aq edhe i audiencave të gjera. Gazetaria po funksionon gjithnjë e më shumë si një mjedis ku audiencat janë të ndara politikisht, ku në jo pak raste, media, me qëndrimet e saj shpesh herë të njëanshme, shërben edhe si një motor shtytës i kësaj situatë. Studimet kanë vërtetuar se aty ku polarizimi dhe populizmi politik është në rritje, mediat tradicionale e kanë më të vështirë të qëndrojnë jashtë konfliktit dhe të shihen si të besueshme (Strömbäck, et al. 2020).

Ky shqetësim është akoma më i madh kur media, varësisht mënyrës se si funksionin, shërben si një terren dhe mjet për polarizim dhe populizëm politik. Studiuesit vënë theksin se rënia e vazhdueshme e besimit politik ka nxjerrë në pah rolin kryesisht negativ të medias, i konsideruar i dëmshëm për demokracinë nga shumë prej tyre. Në veçanti, modeli i vazhdueshëm i negativitetit në lajme, sidomos atyre televizive, është identifikuar si një faktor kyç që kontribuon në rritjen e mosbesimit politik (Hanitzsch dhe Berganza 2014). Nuk mungojnë as marrëdhëniet klienteliste, të cilat kanë pak gjasa të inkurajojnë raportimin e orientuar drejt audiencës, por që priren më shumë të përqendrohen në raportimin që favorizon klientët ose pronarët e medias, siç janë sulmet politike që diskreditojnë kundërshtarët politikë (Camaj, Çela and Rexha 2023, 40).

Varësisht historisë së gjatë, gazetaria tradicionale ka më tepër gjasa të mbështetet më shumë te burimet tradicionale dhe të verifikuara. Nga ana tjetër duket se gazetarët e angazhuar në mediat online janë më të prirur të përdorin burime nga rrjetet sociale. Ndonëse kjo duket se vjen për shkak të presionit të konkurrencës, studimet tregojnë se edhe kjo kategori e gazetarëve shfaqin skepticizëm ndaj përdorimit të këtyre burimeve.

Përvoja profesionale është një tjetër faktor që gjithashtu ndikon në mënyrën se si gazetarët i përdorin burimet. Studimet kanë zbuluar se gazetarët me më shumë përvojë priren të kenë një qasje më konservatore ndaj përdorimit të burimeve digjitale, duke preferuar burime që kanë kaluar verifikimin e duhur. Ndërkohë gazetarët më të rinj janë më të hapur ndaj teknologjive të reja dhe burimeve alternative.

Shumica e kërkimeve ekzistuese janë përqendruar në perceptimet e audiencës mbi besueshmërinë e medias. Ekzistojnë pak studime që analizojnë në mënyrë të hollësishme sesi gazetarët marrin vendime të bazuara në besueshmërinë e burimeve në një mjedis sfidues ku bashkëjetojnë lajmet e verifikuara me lajmet e rreme.

Metodologjia

Ky studim mbështetet në qasjen e metodave sasiore. Të dhënat janë mbledhur përmes një pyetësoi me gazetarë, të konceptuar për të shqyrtuar marrëdhënien

midis besimit të gazetarëve në burime të ndryshme dhe modeleve të përdorimit të tyre. Kjo qasje është zgjedhur për efektivitetin e saj në sigurimin e qëndrimeve dhe sjelljeve të matshme në një kampion të madh, duke mundësuar rezultate statistikisht të vlefshme. Anketa u shpërnda në një kampion prej 262 gazetarësh. Pjesëmarrësit u ftuan përmes metodës së kampionit “snowball” duke shpërndarë pyetësonin të një listë gazetarësh dhe duke u kërkuar ta ndajnë me kolegët e tyre. Kampioni synon një përfshirje përfaqësuese të gazetarëve nga media tradicionale dhe ato online për të siguruar mbulimin e gjithë peizazhit mediatik.

Instrumenti i anketës u projektua për të matur dy variabla kryesore, i pari *besimi te burimet*. Në lidhje me këtë variabël pjesëmarrësve iu kërkuar të vlerësonin besimin e tyre në kategori të ndryshme burimesh, si institucionet, zëdhënësit për shtyp, OJQ-të, ekspertët, qytetarët, përmbajtja në rrjetet sociale, duke përdorur një shkallë Likert 1-5. Variabla e dytë ka të bëjë me *përdorimin e burimeve*. Për këtë variabël, pjesëmarrësit u pyetën se sa shpesh përdornin secilin burim në raportimet e tyre, duke përdorur një shkallë frekuence nga “asnjëherë” deri të “shumë shpesh”. Anketa u realizua online përmes Google Forms.

Të dhënat u mbledhën gjatë një periudhe pesë-javore, nga fillimi i muajit prill 2024 deri në javën e parë të muajit maj. Për analizimin e të dhënave u përdorën metoda statistikore, me qëllim për të përmbledhur nivelet e besimit të gazetarëve ndaj burimeve të ndryshme dhe modelet e përdorimit të tyre. Për të shqyrtuar marrëdhënien midis besimit dhe përdorimit të burimeve u përdor koeficienti i korrelacionit Pearson. Për të testuar hipotezat, duke kontrolluar faktorët demografikë si përvoja në punë, gjinia dhe lloji i medias u përdor analiza e regresionit të shumëfishtë.

Analiza e të dhënave

Kampioni i përbërë nga 262 gazetarë përfaqëson një mbulim të gjerë të profesionistëve të medias në Shqipëri, duke përfshirë variacione në moshë, vite përvoja, dhe lloje të ndryshme të mediave. Gazetarët që kontribuan në studim përfaqësojnë një kombinim të mediave tradicionale dhe atyre të reja. Të dhënat tregojnë se 40% e pjesëmarrësve kanë më shumë se 10 vjet përvojë, ndërsa 35% janë në vitet e para të karrierës. Ndër gazetarët e anketuar 65% punojnë në televizione, 27% në media online, 2% në gazeta, 2% në revista, 2% në radio dhe 1% si gazetar i lirë. Kjo shpërndarje siguron një përfaqësim të gjerë të praktikave të ndryshme të gazetarisë në Shqipëri.

Në përgjithësi, gazetarët raportojnë nivelet më të larta të besimit te burimet me ekspertizë dhe kredibilitet të njohur, të klasifikuara këtu si burime tradicionale. Mesatarja e vlerësimeve të besimit në burimet tradicionale ishte ndër më të lartat,

me një mesatare prej 4.1 nga 5, duke treguar besueshmëri të lartë për këto burime. Nga ana tjetër burimet nga rrjetet sociale kanë një vlerësim mesatar të besimit me vetëm 2.3 nga 5, duke ilustruar skepticizmin e gazetarëve ndaj informacionit të pakontrolluar që qarkullon në këto platforma.

Burimet tradicionale ishin më të përdorurat, të ndjekura nga ekspertët dhe komentatorët profesionistë. Burimet me nivele më të ulëta të besimit, si informacionet anonime nga rrjetet sociale, përdoren rrallë në raportime. Më konkretisht burimet tradicionale kanë një frekuencë mesatare përdorimi prej 3.8 nga 5, ndërsa burimet jo tradicionale, si përmbajtjet nga përdoruesit në rrjetet sociale, kanë një përdorim shumë më të ulët, mesatarisht 1.9 nga 5. Ky rezultat thekson rëndësinë e besueshmërisë në përzgjedhjen e burimeve.

Tabela 1 Analiza e korrelacionit Pearson

Pearson Correlation			
		Frekuenca e përdorimit	Besimi
Frekuenca e përdorimit	Pearson Correlation	1	0.113
	Sig. (2-tailed)		0.067
	N	262	262
Besimi	Pearson Correlation	0.113	1
	Sig. (2-tailed)	0.067	
	N	262	262

Vlera e koeficientit të korrelacionit ($r=0.113$): Ky është një koeficient pozitiv, që do të thotë se ka një marrëdhënie të lehtë pozitive midis besimit të gazetarëve në një burim dhe frekuencës së përdorimit të tij. Në fjalë të tjera, kur besimi i gazetarëve në një burim rritet, prirjet të rritet edhe frekuenca e përdorimit të tij, megjithëse ky ndikim është relativisht i vogël.

Vlera p prej 0.067 është pak më e madhe se pragu i zakonshëm i domethënies prej $p<0.05$. Kjo do të thotë se korrelacioni midis besimit dhe frekuencës së përdorimit nuk është statistikisht i rëndësishme në nivelin 5% dhe për këtë arsye, nuk mund të konkludojmë me siguri se ky korrelacion është i vlefshëm për të gjithë popullsinë e gazetarëve.

Meqenëse koeficienti i korrelacionit është i vogël ($r=0.113$), edhe nëse lidhja do të ishte statistikisht e rëndësishme, ajo përsëri është e dobët. Kjo tregon se ndërsa ka një marrëdhënie të lehtë midis besimit dhe përdorimit të burimeve, faktorë të tjerë të jashtëm dhe rrethana të veçanta ndikojnë ndjeshëm në këtë vendim të gazetarëve.

Në përfundim, këto rezultate sugjerojnë që ndërsa besimi mund të ndikojë lehtë në përdorimin e burimeve, faktorë të tjerë si lloji i lajmit, urgjenca, preferencat e audiencës ose politika editoriale, mund të kenë një rol më të madh në përcaktimin e

frekuencës së përdorimit të burimeve nga gazetarët.

Tabela 2 Përmbledhje e Modelit të Regresionit

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.378 ^a	0.143	0.133	0.7887

Tabela 3 Koeficientët e regresionit për faktorët ndikues në përdorimin e burimeve

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Besimi	0.392	0.64	0.353	6.093	0.001
Tradicionale	-0.198	0.109	-0.108	-1.812	0.071
Përvoja	-0.046	0.046	-0.059	-0.993	0.322

Në lidhje me besimin në burime, ka një koeficient prej **0.392** dhe p-vlera është **0.001**, që tregon se është statistikisht i rëndësishëm. Kjo sugjeron se besimi është i rëndësishëm në përzgjedhjen e burimeve. Rezultatet tregojnë se ka një efekt pozitiv të besimit në media tradicionale në frekuencën e përdorimit. Ky rezultat ka implikime për Hipotezën 2 (H2), që sugjeron se sa më i lartë të jetë besimi, aq më shpesh përdoret një burim.

Rezultatet sugjerojnë se besimi në burimet tradicionale ka një efekt të rëndësishëm statistikisht dhe pozitiv në variablën e varur, duke treguar që gazetarët me më shumë besim në burimet tradicionale prirën t'i përdorin më shpesh ato. Punësimi në media tradicionale ka një ndikim të vogël negativ, të rëndësishëm statistikisht në 10%, duke treguar se mund të ketë një tendencë për gazetarët e medias tradicionale që të përdorin më pak burime të caktuara. Nga ana tjetër, përvoja profesionale nuk ka ndonjë efekt të rëndësishëm mbi përdorimin e burimeve. Kjo nënkupton se përvoja në fushën e gazetarisë nuk ndikon në mënyrë të konsiderueshme në zgjedhjen e burimeve të përdorura.

Për të analizuar në mënyrë të krahasuar sjelljen e gazetarëve të angazhuar në median tradicionale me ata që punojnë në median online, në raport me besimin dhe përdorimin e burimeve tradicionale, e cila parashikohet në Hipotezën (H3) u zhvilluan analizat statistikore ANOVA dhe t-teste.

Tabela 4 Tabela e rezultateve të ANOVA për krahasimin midis grupeve

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mean frekuence	Midis grupeve	2.179	1	2.179	3.060	.081
	Brenda grupeve	185.099	260	.712		
	Total	187.277	261			
Mean besimi trad.	Midis grupeve	.306	1	.306	.526	.469
	Brenda grupeve	151.334	260	.582		
	Total	151.640	261			

Nëpërmjet këtyre analizave statistikore të realizuara në programin SPSS mbi variabla të ndryshëm, rezultoi se një mungesë domethënieje statistikore mes gazetarëve të mediave tradicionale dhe atyre online në lidhje me besimin dhe përdorimin e burimeve tradicionale. Rezultatet e testeve nuk treguan dallim statistikisht domethënës në frekuencën e përdorimit të burimeve tradicionale midis gazetarëve të mediave tradicionale dhe atyre online. Vlera e p është mbi 0.05, për të dy variablat, besimi në burime tradicionale, dhe frekuenca e përdorimit të burimeve tradicionale.

Ndërkohë, rezultatet e t-test për variablat (Besimi në burime tradicionale, dhe frekuenca e përdorimit të burimeve tradicionale, gjithashtu treguan mungesë domethënieje statistikore midis prirjes së gazetarëve të medias tradicionale dhe atyre të medias online për të dy variablat. Këto rezultate konfirmojnë më tej që lloji i medias (tradicional vs. online) nuk ndikon në mënyrë domethënëse as në frekuencën e përdorimit të burimeve tradicionale, as në nivelin e besimit në burimet tradicionale.

Testimi i hipotezave

Rezultatet mbështesin Hipotezën 1 (H1), e cila sugjeron se gazetarët kanë nivele më të larta të besimit të burimet tradicionale sesa të burimet më pak tradicionale ose të paverifikuara. Vlerësimi mesatar për besimin në institucionet publike është 4.1 nga 5, duke treguar një perceptim të lartë të besueshmërisë. Në të kundërt, besimi në rrjetet sociale është më i ulët, me një mesatare prej 2.3 nga 5, që reflekton skepticizmin e gazetarëve ndaj burimeve joformale dhe të pakontrolluara.

Pavarësisht ndryshimeve në peizazhin mediatik, gazetarët vazhdojnë të mbështeten fuqimisht në burime tradicionale për të ruajtur besimin publik dhe standardet profesionale. Sidoqoftë, kjo varësi mund të kufizojë ekspozimin ndaj

perspektivave alternative, ndonëse të vlefshme, që vijnë nga burime jo tradicionale si media sociale, blogjet, etj..

Analiza e regresionit ofron mbështetje të pjesshme për Hipotezën 2 (H2), që parashikon një ndikim pozitiv të besimit të një burim në frekuencën e përdorimit të tij. Ky rezultat tregon se sa më shumë besim të kenë gazetarët në një burim aq më shpesh e përdorin atë.

Në lidhje me Hipotezën 3 (H3), e cila parashikon se gazetarët në media tradicionale janë më të prirur të përdorin burime institucionale, rezultatet e analizës së regresionit tregojnë se lloji i medias ku janë ta angazhuar gazetarët nuk ka një efekt të rëndësishëm në frekuencën e përdorimit të burimeve.

Përfundime dhe diskutime

Ky studim analizon dinamikën midis besimit të gazetarëve të burimet e informacionit dhe vendimeve të tyre profesionale për përdorimin e këtyre burimeve. Rezultatet nënvizojnë rëndësinë e besimit si një faktor kyç në praktikën gazetareske, pavarësisht ndryshimeve të thella që ka sjellë epoka digjitale dhe rritjes së burimeve jo tradicionale.

Bazuar në analizat statistikore, Hipoteza 1 (H1) u mbështet, duke konfirmuar që gazetarët tregojnë nivele më të larta besimi të burimet tradicionale krahasuar me përmbajtjen e rrjeteve sociale ose materialin e krijuar nga përdoruesit. Ky rezultat tregon se, pavarësisht presioneve të teknologjive të reja dhe burimeve digjitale, standardet tradicionale të gazetarisë që favorizojnë informacionin e verifikuar dhe të besueshëm mbeten thelbësore.

Në lidhje me Hipotezën 2 (H2), vihet re se besimi në burime ka një ndikim në frekuencën e përdorimit të tyre, që është i rëndësishëm statistikisht. Megjithatë, ndërsa besimi është i rëndësishëm për përdorimin e tyre, kjo mund të varet edhe nga faktorë të tjerë, si politika editoriale dhe natyra e lajmit.

Hipoteza 3 (H3), e cila sugjeron një prirje më të lartë të gazetarëve në media tradicionale në krahasim me kolegët e tyre të medias online për të besuar dhe përdorur burime tradicionale, nuk mbështet plotësisht nga analizat statistikore. Rezultatet e regresionit nuk treguan një efekt të rëndësishëm të llojit të medias mbi frekuencën e përdorimit të burimeve institucionale.

Rezultatet e këtij studimi ofrojnë disa gjetje të rëndësishme për gazetarinë në Shqipëri. Së pari, niveli i lartë i besimit që gazetarët kanë të burimet tradicionale tregon përkushtimin e tyre ndaj saktësisë dhe ruajtjes së besimit publik. Megjithatë, mbetet për t'u studiuar se si ky besim funksionon në një mjedis të polarizuar dhe të ndikuar nga propaganda, veçanërisht kur bëhet fjalë për institucionet qeveritare, të

cilat kanë prirje të shtuar për të prodhuar përmbajtje bindëse.

Gazetarët në mediat online përballen gjithashtu me një dilemë të vazhdueshme midis shpejtësisë dhe saktësisë. Ndërsa ata janë të hapur ndaj burimeve jo tradicionale, shqetësimi për besimin mbetet një element thelbësor i përditshmërisë së tyre profesionale. Ky fakt pasqyron një nga sfidat kryesore etike të gazetarisë moderne: balancimi midis raportimit të shpejtë dhe ofrimit të informacionit të saktë. Studiuesit theksojnë se kjo dilemë mund të ndikojë në perceptimin e besueshmërisë së gazetarisë dhe në besimin e audiencës në planin afatgjatë.

Gjetjet e këtij studimi ofrojnë një kontribut të rëndësishëm në diskursin mbi besimin dhe besueshmërinë e burimeve në gazetari, duke mundësuar një bazë për studime të tjera të thelluara. Këto rezultate jo vetëm që evidentojnë rëndësinë e besimit dhe verifikimit, por gjithashtu sugjerojnë nevojën për adaptim strategjik përballë sfidave të vazhdueshme në ekosistemin e mediave digjitale.

Bibliography

Baharom, Melinda , Ghazali, Akmar H., Abdul Muati, dhe Ahmad Zamri. 2023 . «Challenges of Journalist Verification in the digital age on Society: A Thematic Review.» *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13 (14): 150–165. doi:<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v13-i14/18356>.

Barnoy, Aviv, dhe Zvi Reich. 2020. «Trusting Others: A Pareto Distribution of Source and Message Credibility Among News Reporters.» *Communication Research* 49 (2): 1–25. doi:[10.1177/0093650220911814](https://doi.org/10.1177/0093650220911814).

Camaj, Lindita, Erlis Çela, and Gjylie Rexha. 2023. “The audience logic in election news reporting on Facebook: what drives audience engagement in transitional democracies of Albania and Kosovo?” *Journal of Information Technology & Politics* 21 (1): 38-53. doi:[10.1080/19331681.2023.2227847](https://doi.org/10.1080/19331681.2023.2227847).

Çipuri, Ramadan. 2021. *Media përballë pasqyrës*. Tiranë: Jupiter.

Çipuri, Ramadan. 2022. «Ndikimi i të dhënave rreth audiencave mbi prodhimin televiziv digjital.» *Studime albanologjike*.

Craft, Stephanie, dhe Tim P. Vos. 2021. «The ethics of transparency.» Në *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, nga Stephanie Craft dhe Tim P. Vos, 175-183. Routledge.

Diekerhof, Els. 2023. «Changing Journalistic Information-Gathering Practices? Reliability in Everyday Information Gathering in High-Speed Newsrooms.»

Journalism Practice 17 (3): 411-428. doi:10.1080/17512786.2021.1922300.

Hamada, Basyouni Ibrahim, dhe Davis Vallesi. 2023. «Determinants of Journalists' Trust in Public Institutions: A Macro and Micro Analysis Across 67 Countries.» *Journalism Practice* 1-23. doi:10.1080/17512786.2023.2187861.

Hanitzsch, Thomas, Arjen Van Dalen, dhe Nina Steindl. 2017. «Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press.» *The International Journal of Press/Politics* 23 (1): 1-21. doi:10.1177/1940161217740695.

Hanitzsch, Thomas, dhe Rosa Berganza. 2014. «Political Trust among Journalists: Comparative Evidence from 21 Countries.» Në *Comparing Political Communication across Time and Space*, nga María José Caneí dhe Katrin Voltmer. Londër: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781137366474_9.

Hermida, Alfred. 2020. «Post-Publication Gatekeeping: The Interplay of Publics, Platforms, Paraphernalia, and Practices in the Circulation of News.» *Journalism & Mass Communication Quarterly* 97(2):469-491. doi:10.1177/1077699020911882.

Hertzum, Morten. 2022. «How Do Journalists Seek Information from Sources? A Systematic Review.» *Information Processing & Management* 59 (6): 103087. doi:10.1016/j.ipm.2022.103087 .

Lamot, Kenza, dhe Steve Paulussen. 2019. «Six Uses of Analytics: Digital Editors' Perceptions of Audience Analytics in the Newsroom.» *Journalism Practice*, 16 Maj. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1617043>.

Lewis, Seth C., dhe Oscar Westlund. 2015. «Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work. A matrix and a research agenda.» *Digital Journalism* 3 (1): 19-37. doi:10.1080/21670811.2014.927986.

Michailidou, Asimina, dhe Hans-Jörg Trenz. 2021. «Rethinking journalism standards in the era of post-truth politics: from truth keepers to truth mediators.» *Media, Culture & Society* 43 (7): 1340-1349. doi:10.1177/01634437211040669.

Ojala, Markus. 2021. «Is the Age of Impartial Journalism Over? The Neutrality Principle and Audience (Dis)trust in Mainstream News.» *Journalism Studies* 22 (15): 2042-2060 . doi:10.1080/1461670X.2021.1942150.

Saliu, Hasan, Ramadan Çipuri, and Xhevahire Izmaku. 2024. “Gutenberg’s death in the Balkans: News values in Kosovo and Albania.” *Cogent Arts & Humanities* 11 (1). doi:<https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2303197>.

Shahbazi, Maryam, dhe Deborah Bunker. 2024. «Social media trust: Fighting

misinformation in the time of crisis.» *International Journal of Information Management* 1-13. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2024.102780.

Strömbäck, Jesper, Yariv Tsfati, Hajo Boomgaarden, Alyt Damstra, Elina Lindgren, Rens Vliegenthart, dhe Torun Lindholm. 2020. «News media trust and its impact on media use: toward a framework for future research.» *Annals of the International Communication Association* 44 (2): 139–156. doi:10.1080/23808985.2020.1755338.

Sultan, Moehammad I., dhe Andi S. Amir. 2023. «Navigating the Digital Frontier: Challenges and Opportunities for Journalism in the Digital Age.» *International Journal of Education and Life Sciences* 1 (1): 59-72.

Wagner, María Celeste, dhe Pablo J. Boczkowski. 2019. «The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation.» *Digital Journalism* 7 (7): 870-885. doi:10.1080/21670811.2019.1653208.

Willig, Ida. 2021. «From audiences to data points: The role of media agencies in the platformization of the news media industry.» *Media, Culture & Society* 44 (1): 1-16. doi:10.1177/01634437211029861.

Winterlin, Florian. 2017. «Trust in distant sources: An analytical model capturing antecedents of risk and trustworthiness as perceived by journalists.» *Journalism* 21 (1): 1–16. doi:10.1177/1464884917716000.

Winterlin, Florian, dhe Bernd Blöbaum. 2016. «Examining Journalist's Trust in Sources: An Analytical Model Capturing a Key Problem in Journalism.» Në *Trust and communication in a digitized world*, nga Bernd Blöbaum, 75-90. Cham, Springer. doi:10.1007/978-3-319-28059-2_4.