

LIGJ
Nr. 30/2023

PËR DISA NDRYSHIME DHE SHTESA NË LIGJIN NR. 97/2013, “PËR MEDIAT AUDIOVIZIVE NË REPUBLIKËN E SHQIPËRISË”, TË NDRYSHUAR¹

Në mbështetje të neneve 78 dhe 83, pika 1, të Kushtetutës, me propozimin e Këshillit të Ministrave,

KUVENDI
I REPUBLIKËS SË SHQIPËRISË

VENDOSI:

Në ligjin nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, të ndryshuar, bëhen këto ndryshime dhe shtesa:

Neni 1

Në nenin 2 fjalët “dhe shërbimet mbështetëse të tyre” zëvendësohen me fjalët “shërbimet mbështetëse të tyre, si dhe për shërbimet e platformave të shpërndarjes së videove”.

Neni 2

Në nenin 3 bëhen këto shtesa dhe ndryshime:

1. Pas pikës 6 shtohet pika 6/1 me këtë përmbajtje:

“6/1. “Edukim mediatik” në kuptim të këtij ligji u referohet aftësive, njohurisë dhe të kuptuarit që u lejon individëve të përdorin në mënyrë të sigurt dhe efektive përmbajtjet e shërbimeve mediatike audiovizive.”.

2. Në pikën 8 pas fjalëve “ose përfshihet në një program” shtohen fjalët “ose video të krijuar nga përdoruesi”.

3. Pas pikës 17 shtohet pika 17/1 me këtë përmbajtje:

“17/1. “Ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove” është personi fizik ose juridik, i cili ofron shërbimin e platformës së shpërndarjes së videove.”.

4. Pika 26 ndryshohet si më poshtë:

“26. “Program” është një seri imazhesh lëvizëse, e shoqëruar me ose pa zë, që përbëjnë një element individual, pavarësisht nga kohëzgjatja, brenda një liste ose katalogu të krijuar nga një ofrues i shërbimit mediatik, përfshirë filmat me metrazh të gjatë, videoklipet, ngjarjet sportive, komeditë, dokumentarët, programet për fëmijë dhe dramet origjinale.”.

5. Pas pikës 36 shtohet pika 36/1 me këtë përmbajtje:

“36/1. “Seksizëm” është çdo akt, veprim, gjest, përfaqësim vizual, fjalë të shkruara ose të thëna në median audiovizive, praktika ose sjellje të bazuara në idenë se një person ose grup personash është inferior për shkak të gjinisë, që ndodh në sferën publike ose private, online ose offline, me efekt dhe qëllim dhunimin e dinjitetit të njeriut, të drejtat dhe liritë themelore të një personi apo grupi personash, shtetas shqiptarë, të huaj apo pa shtetësi, që rezulton në dëm ose vuajtje fizike, seksuale, psikologjike ose socio-ekonomike ndaj një personi apo grupi personash, shtetas shqiptarë, të huaj apo pa shtetësi ose që krijon apo ushqen krijimin e një mjedisi që ngjall frikë, armiqësor, degradues, fyes ose poshtërues, ose ushqen apo synon ruajtjen dhe përforcimin e stereotipave gjinorë.”.

6. Pika 37 ndryshohet si më poshtë:

¹ “Ky ligj është përafshuar pjesërisht me:

Direktivën (BE) 2018/1808 të Parlamentit Evropian dhe Këshillit datë 14 nëntor 2018, që ndryshon direktivën 2010/13/BE “Për koordinimin e disa dispozitave të parashikuara me ligj, rregullore apo akte administrative në shtetet anëtare lidhur me ofrimin e shërbimeve mediatike audiovizive (Direktiva e Shërbimeve Mediatike Audiovizive)” duke marrë në konsideratë ndryshimin e realiteteve të tregut. Numri CELEX 32018L1808, Fletorja Zyrtare e Bashkimit Evropian, seria L, nr. 303, datë 28.11.2018, f. 69–92.

“37. “Sponsorizim” është çdo kontribut i bërë nga një person juridik publik ose privat ose nga një person fizik, i cili nuk është i përfshirë në ofrimin e shërbimeve audiovizive ose në prodhimin e veprave audiovizive, ose në shërbimin e platformës së shpërndarjes së videove, për të financuar shërbimet ose programet e medias audiovizive, shërbimet e platformës së shpërndarjes së videove, videot e krijuara nga përdoruesi ose programet me qëllim për të promovuar emrin, markën, imazhin, veprimtaritë ose prodhimet e atij personi juridik ose fizik.”.

7. Pika 43 ndryshohet si më poshtë:

“43. “Shërbimi mediatik audioviziv” është një shërbim, qëllimi kryesor i të cilit ose një seksion i shkëputur i tij i kushtohet ofrimit të programeve, nën përgjegjësinë editoriale të një ofruesi të shërbimit mediatik, për publikun e gjerë, për të informuar, argëtuar ose edukuar nëpërmjet rrjeteve të komunikimeve elektronike. Një shërbim i tillë mediatik audioviziv është një transmetim televiziv ose një shërbim mediatik audioviziv, sipas kërkesës, dhe/ose një komunikim tregtar audioviziv, sipas përcaktimeve të këtij ligji.”.

8. Pas pikës 44 shtohen pikat 44/1 dhe 44/2 me këtë përmbajtje:

“44/1. “Shërbimi i platformës së shpërndarjes së videove” nënkupton një shërbim, qëllimi kryesor i të cilit ose i një pjese të shkëputur të tij, apo një funksion thelbësor i shërbimit është ofrimi për publikun e gjerë të programeve, videove të krijuara nga përdoruesi ose të dyjave së bashku, me qëllim informimin, argëtimin ose edukimin nëpërmjet një rrjeti të komunikimeve elektronike për të cilat ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove nuk ka përgjegjësi editoriale, dhe organizimi i të cilës, përfshirë përdorimin e mjeteve automatike ose algoritmet në veçanti për shfaqjen, etiketimin dhe renditjen, përcaktohet nga vetë ofruesi i platformës së shpërndarjes së videove.

44/2. “Shoqëri mëmë, degë e shoqërisë” kanë të njëjtin kuptim me termat e përdorur në ligjin “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare në Republikën e Shqipërisë, sa i përket marrëdhënies mëma dhe shoqëritë e kontrolluara.”.

9. Pas pikës 50 shtohet pika 50/1 me këtë përmbajtje:

“50/1. “Vendim editorial” është vendimi që merret rregullisht për të ushtruar përgjegjësinë editoriale sipas përcaktimeve të këtij ligji për funksionimin e përditshëm të shërbimit mediatik audioviziv.”.

10. Në pikën 51 pas togfjalëshit “në një transmetim” shtohen fjalët “program ose video të krijuar nga përdoruesi”.

11. Pas pikës 52 shtohet pika 52/1 me këtë përmbajtje:

“52/1. “Video e krijuar nga përdoruesi” është një grup imazhesh lëvizëse me ose pa zë, që përbëjnë një element individual, pavarësisht nga gjatësia e tij, që krijohet nga një përdorues dhe ngarkohet në një platformë për shpërndarjen e videove nga ai përdorues ose çdo përdorues tjetër”.

Neni 3

Në nenin 4, pika 1, pas shkronjës “d” shtohet shkronja “dh” me këtë përmbajtje:

dh) veprimtaria e transmetimeve audiovizive garanton parimin e barazisë dhe mosdiskriminimit gjinor, ndalimit të seksizmit në media dhe përfaqësimit gjinor në median audiovizive në përputhje me legjisllacionin në fuqi”.

Neni 4

Pika 3 e nenit 8 ndryshon si më poshtë:

“3. Kryetari dhe zëvendëskryetari i AMA-s janë me kohë të plotë dhe paga e tyre caktohet në përputhje me legjisllacionin në fuqi për pagat, shpërblimet dhe strukturat e institucioneve të pavarura kushtetuese dhe të institucioneve të pavarura të krijuara me ligj. Shpërblimi i 7 anëtarëve për çdo mbledhje është në masën 20 për qind të pagës së kryetarit. Shpërblimi përfitohet për jo më shumë se tre mbledhje në muaj me kusht pjesëmarrjen në to.

Neni 5

Në nenin 19 bëhen ndryshimet dhe shtesat e mëposhtme:

1. Në shkronjën “j” të pikës 1 togfjalëshi “Zyra e së Drejtës së Autorit” zëvendësohet me emërtimin “Drejtoria e të Drejtave të Autorit”.

2. Në pikën 2 bëhen këto ndryshime:

a) shkronja “d” ndryshohet si më poshtë:

“d) bashkëpunon me organet homologe të shteteve të tjera dhe me grupin e rregullatorëve evropianë për shërbimet mediatike audiovizive (ERGA).”.

b) pas shkronjës “e” shtohet shkronja “ë” me këtë përmbajtje:

“ë) promovon dhe nxit ndërgjegjësimin publik, kërkimin dhe veprimtaritë lidhur me edukimin mediatik, përfshirë ndërgjegjësimin publik për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove.”.

3. Pas pikës 18 shtohet pika 19 me këtë përmbajtje:

“19. AMA përcakton përbërjen, detyrat dhe shpërblimin e sekretariatit teknik, i cili ngrihet në funksion të mirorganizimit dhe mbarëvajtjes së mbledhjeve të saj”.

Neni 6

Në nenin 30 bëhen ndryshimet dhe shtesat e mëposhtme:

1. Pikat 2 dhe 3 ndryshohen si më poshtë:

“2. Nëse selia qendrore e një ofruesi të shërbimit mediatik ndodhet në territorin e Republikës së Shqipërisë, por vendimmarrja editoriale për shërbimet audio dhe/ose audiovizive realizohet në një vend të Bashkimit Evropian, presumohet se ofruesi i shërbimit mediatik është në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë, me kusht që pjesa më e madhe e personelit që angazhohet në prodhimin e programeve të ofruesit të shërbimit mediatik vepron në Shqipëri.

3. Kur një pjesë e konsiderueshme e personelit që angazhohet në prodhimin e programeve të ofruesit të shërbimit mediatik vepron në Republikën e Shqipërisë dhe në një vend të BE-së, ofruesi i shërbimit mediatik presumohet se është i vendosur në Republikën e Shqipërisë nëse selia e tij qendrore është në Republikën e Shqipërisë.”.

2. Pas pikës 7 shtohen pikat 8 dhe 9 me këtë përmbajtje:

“8. Ofruesi i shërbimit mediatik audio ose audioviziv njofton AMA-n për çdo ndryshim që ndikon në përcaktimin e juridiksionit sipas parashikimeve të kësaj dispozite.

9. AMA publikon dhe përditëson listën e ofruesve të shërbimit mediatik audio dhe audioviziv nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë.”.

Neni 7

Pas nenit 30 shtohen nenet 30/1 dhe 30/2 me këtë përmbajtje:

“Neni 30/1

Ofruesit e shërbimit të platformës së shpërndarjes së videove në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë

1. Ofruesi i shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove është në juridiksionin e Republikës së Shqipërisë kur zyra apo struktura drejtuese e tij është në territorin e Republikës së Shqipërisë.

2. Ofruesi i shërbimit të platformës së shpërndarjes video, i cili nuk është themeluar në Republikën e Shqipërisë sipas përcaktimeve të pikës 1, konsiderohet të jetë nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë nëse:

a) shoqëria mëmë ose një degë e saj është themeluar në territorin e Republikës së Shqipërisë;

b) ofruesi i shërbimit të platformës së shpërndarjes video është pjesë e një grupi dhe një shoqëri tjetër e atij grupi është themeluar në territorin e Republikës së Shqipërisë.

3. Ofruesit e shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove njoftojnë pranë AMA-s të dhënat për emrin e ofruesit, adresën e qendrës së ofruesit të shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove, detajet e kontaktit, përfshirë adresën elektronike të platformës.

4. Ofruesi i shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove informojnë AMA-n për çdo ndryshim që ndikon në përcaktimin e juridiksionit sipas parashikimeve të kësaj dispozite.

5. AMA krijon dhe përditëson listën e ofruesve të platformave të shpërndarjes së videove nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë.

Neni 30/2

Vetërregullimi dhe bashkërregullimi

1. AMA nxit OSHMA-të në përgatitjen e kodeve të sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikat që respektohen nga ofruesit e shërbimeve mediatike, të cilët ofrojnë shërbime mediatike audio dhe audiovizive. AMA nxit ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove në përgatitjen e kodeve të sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikat që respektohen nga këto platforma.

2. Kodet e sjelljes duhet:

- a) të jenë të konceptuara në mënyrë që të pranohen gjerësisht nga palët e interesit;
- b) të përcaktojnë në mënyrë të qartë dhe të padyshimtë objektivat e tyre;
- c) të garantojnë respektimin e dinjitetit të njeriut, të drejtat dhe liritë themelore të një personi apo grupi personash në përputhje me legjisllacionin në fuqi;
- ç) të parashikojnë një monitorim dhe vlerësim të rregullt, transparent e të pavarur të arritjes së objektivave të synuar;
- d) të sigurojnë një zbatim efektiv, përfshirë sanksione të efektshme dhe proporcionale.

3. Ofruesit e shërbimeve audiovizive, si dhe ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove përgatisin dhe zbatojnë kode sjelljeje si marrëveshje të lira mes tyre për të zbatuar kërkesa etike dhe profesionale në ushtrimin e detyrës, në favor të rritjes së cilësisë dhe shumëllojshmërisë së programeve audiovizive. Kodet e sjelljes publikohen edhe në faqet elektronike të ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizive dhe në faqet elektronike të ofruesve të platformave të shpërndarjes së videove.”.

Neni 8

Në nenin 32 bëhen këto ndryshime dhe shtesa:

1. Titulli i nenit ndryshohet dhe zëvendësohet me “Rregulla të përgjithshme për ofruesit e shërbimeve mediatike audio dhe/ose audiovizive dhe për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove”.

2. Shkronjat “c” dhe “ç” të pikës 1 ndryshohen si më poshtë:

- “c) të dhënat e ofruesit të shërbimit mediatik, përfshirë adresën elektronike ose faqen elektronike, që mundësojnë të kontaktohet në mënyrë të shpejtë dhe të drejtpërdrejtë;
- ç) autoritetin që mbikëqyr veprimtarinë e tij në zbatim të këtij ligji.”.

3. Pas pikës 1 shtohet pika 1/1 me këtë përmbajtje:

“1/1. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive bëjnë publik informacionin në lidhje me strukturën e tyre të pronësisë, duke përfshirë edhe pronarët përfitues, sipas përcaktimeve të legjisllacionit në fuqi.”.

4. Pika 4 ndryshohet si më poshtë:

“4. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive, si dhe ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove nuk transmetojnë programe me përmbajtje që:

- a) nxisin dhunë ose urrejtje kundrejt një grupi personash ose një anëtarit të një grupi mbi baza të tilla, si: gjinia, raca, ngjyra, origjina etnike ose shoqërore, tiparet gjenetike, gjuha, feja, besimi, opinionimi politik, kombësia, anëtarësimi i një pakice kombëtare, prona, lindja, paaftësia, mosha apo orientimi seksual, si dhe çdo formë tjetër diskriminimi sipas legjisllacionit në fuqi për mbrojtjen nga diskriminimi;
- b) nxisin kryerjen e veprave terroriste.”.

5. Pas pikës 4 shtohet pika 4/1 me këtë përmbajtje:

“4/1. Bazuar në parimet e përcaktuara në nenin 4 të këtij ligji, praktikat më të mira europiane, si dhe pas një procesi konsultimi publik, AMA përcakton me rregullore kërkesat e posaçme që ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove duhet të përmbushin për krijimin e operimin e sistemeve

transparente, efektive e miqësore në përdorim, në zbatim të detyrimeve sipas pikës 4 të këtij neni dhe pikës 4 të nenit 32/1 të këtij ligji.”.

Neni 9

Pas nenit 32 shtohen nenet 32/1, 32/2 dhe 32/3 me këtë përmbajtje:

“Neni 32/1

1. Programet audio dhe audiovizive të ofruara nga ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive, që mund të dëmtojnë zhvillimin fizik, mendor ose moral të fëmijëve, do të transmetohen vetëm në atë mënyrë që siguron se fëmijët normalisht nuk do t'i dëgjojnë ose shohin ato, përmes zgjedhjes së kohës së transmetimit, aplikimit të mjeteve të verifikimit të moshës ose përmes masave të tjera teknike. OSHMA-të marrin masa mbrojtëse në proporcion me efektet që këto programe kanë në zhvillimin moral, mendor e fizik të fëmijëve. Programet audio dhe audiovizive më të dëmshme, me përmbajtje, si: dhuna dhe pornografia, do t'u nënshtrohen masave më të rrepta.

2. Të dhënat personale të fëmijëve, të mbledhura apo të gjeneruara nga ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive, nuk do të përpunohen për qëllime tregtare, të tilla si marketingu i drejtpërdrejtë, profilizimi dhe reklamimi mbi bazë sjelljeje apo për çdo lloj arsye tjetër.

3. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive do të japin informacion të mjaftueshëm për përmbajtjen që mund të dëmtojë zhvillimin fizik, mendor ose moral të fëmijëve. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive përdorin një sistem përshkrues të natyrës potencialisht të dëmshme të përmbajtjes së një shërbimi të medias audiovizive.

4. Pa cenuar parashikimet e neneve 15 deri 20 të ligjit “Për tregtinë elektronike”, ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove marrin masat e nevojshme për:

a) mbrojtjen e fëmijëve nga programet, videot e gjeneruara nga përdoruesit dhe komunikimet tregtare që mund të dëmtojnë zhvillimin e tyre mendor, fizik ose moral;

b) mbrojtjen e publikut të gjerë nga programet, videot e gjeneruara nga përdoruesit dhe komunikimet tregtare audiovizive me përmbajtje që nxisin dhunë ose urrejtje kundrejt një grupi personash ose anëtarësh të një grupi;

c) mbrojtjen e publikut të gjerë nga programet, videot e gjeneruara nga përdoruesit dhe komunikimet tregtare audiovizive me përmbajtje, shpërndarja e të cilave përbën një aktivitet që është vepër penale sipas legjislacionit në fuqi, apo provokim për të kryer një vepër terroriste, përbën vepër penale në lidhje me pornografinë për fëmijë, racizmin apo ksenofobinë.

Neni 32/2

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive marrin masa proporcionale që programet e transmetuara prej tyre të jenë të arritshme në mënyrë graduale dhe progresive nga personat me aftësi të kufizuar.

2. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive hartojnë plane veprimi mbi aksesin në mënyrë progresive në shërbimet e ofruara prej tyre nga personat me aftësi të kufizuar.

3. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive informojnë periodikisht AMA-n për masat e marra për përmbushjen e detyrimeve të parashikuara në pikat 1 dhe 2 të këtij neni brenda vitit kalendarik.

4. AMA cakton një pikë kontakti në faqen e saj zyrtare, lehtësisht të arritshme nga personat me aftësi të kufizuar, për dhënien e informacionit dhe marrjen e ankesave në lidhje me çështjet e përmendura në këtë nen.

5. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive sigurojnë që informacioni në rast emergjencash, përfshirë komunikimet publike dhe njoftimet në rast fatkeqësish natyrore, të ofrohet në mënyrë të tillë që të jetë i arritshëm nga personat me aftësi të kufizuar.

Neni 32/3

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive marrin masa për t'u dhënë hapësirën e duhur programeve me interes të përgjithshëm.

2. OSHMA-të garantojnë që programet dhe shërbimet mediatike audiovizive të tyre të mos transmetohen në formë të shkurtuar, të ndryshohen, të ndërpriten ose të mbivendosen për qëllime tregtare, pa pëlqimin e ofruesit të shërbimit mediatik audioviziv.

3. Pika 2 e këtij neni nuk do të zbatohet në këto raste:

- a) kur modifikimi kryhet nga marrësi i shërbimit mediatik audioviziv për përdorim personal;
- b) kur ekziston nevoja teknike për të përdorur ndërfaqet e programeve aplikative;
- c) për dhënien e informacionit paralajmërues ose informacionit me interes publik;
- ç) për qëllime të titrimit dhe përdorimit të teknikave të përshtatjes (kompresimi, rezolucioni, kodimi) të shërbimeve mediatike audiovizive pa ndryshuar përmbajtjen e ofruar;
- d) kur një komunikim me natyrë tregtare audiovizive përfshihet nga vetë OSHMA-ja.”.

Neni 10

Në nenin 41 bëhen ndryshimi dhe shtesa e mëposhtme:

1. Pika 1 ndryshohet si më poshtë:

“1. Transmetimi i një programi në një shërbim transmetimi mund të përfshijë ndërfutjen e reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta. Transmetimi i reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta gjatë fashës kohore nga ora 6:00 deri në orën 18:00 nuk tejkalon 20% të kësaj fashe orare. Transmetimi i reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta gjatë fashës kohore nga ora 18:00 deri në orën 24:00 nuk tejkalojnë 20% të kësaj fashe orare.”.

2. Pas pikës 1 shtohet pika 1/1 me këtë përmbajtje:

“1/1. Përcaktimet e pikës 1 nuk zbatohen për:

- a) njoftimet e bëra nga OSHMA-ja në lidhje me programet e veta dhe produktet ndihmëse që rrjedhin drejtpërdrejt nga ato programe ose për programet dhe shërbimet mediatike audiovizive nga subjekte të tjera që i përkasin të njëjtut grup transmetuesi televiziv;
- b) njoftimet e sponsorizimit;
- c) informacionet që transmetohen pa shpërblim;
- ç) vendosjet e produktit;
- d) kornizat neutrale që ndajnë përmbajtjen editoriale nga komunikimet tregtare audiovizive.”.

Neni 11

Në nenin 42 bëhen shtesat dhe ndryshimet e mëposhtme:

1. Në pikën 4 pas fjalës “cigaret” shtohen fjalët “cigaret elektronike, enët rimbushëse”.

2. Në pikën 7 pas fjalës “morale” shtohet fjala “mendore”.

3. Pas pikës 7 shtohet pika 7/1 me këtë përmbajtje:

“7/1. Komunikimet me natyrë tregtare në shërbimet audiovizive me kërkesë, me përjashtim të sponsorizimit dhe vendosjes së produktit, respektojnë kriteret e përcaktuara në pikën 7 të nenit 43 të ligjit.”.

4. Pika 8 ndryshohet si më poshtë:

“8. AMA nxit OSHMA-të në përgatitjen e kodeve të sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikatat me komunikimet e papërshtatshme me natyrë tregtare për pijet alkoolike, si dhe në lidhje me komunikimet e papërshtatshme me natyrë tregtare në transmetimet e tyre, që shoqërojnë ose përfshihen në programet për fëmijë, të ushqimeve dhe pijeve, që përmbajnë substanca të dëmshme ose të padobishme për shëndetin fizik të fëmijëve, veçanërisht ato me përmbajtje të lartë yndyre, acide yndyrore, kripe, sode e sheqeri, që janë tej normave të lejuara për një dietë ushqimore të shëndetshme për fëmijët. Kodet e sjelljes do të synojnë të reduktojnë në mënyrë efektive ekspozimin e fëmijëve ndaj komunikimeve me natyrë tregtare për këto kategori produktesh, ushqime/pije, si dhe të sigurojnë që këto komunikime të mos theksojnë cilësitë pozitive të aspekteve ushqyese të këtyre produkteve.”.

5. Pas pikës 8 shtohet pika 9 me këtë përmbajtje:

“9. Detyrimet e përcaktuara në këtë nen zbatohen edhe në rastet e komunikimeve me natyrë tregtare në programet, videot e krijuara nga përdoruesi në platformat e shpërndarjes së videove.”.

Neni 12

Në nenin 43 bëhen ndryshimet dhe shtesa e mëposhtme:

1. Pikat 2 dhe 3 ndryshohen si më poshtë:

“2. Spotet e izoluara të reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta lejohen në programet sportive duke përbërë përjashtim nga rregullat e përcaktuara në pikën 1 të këtij neni.

3. Transmetimi i filmave, veprave kinematografike dhe programeve të lajmeve mund të ndërpriten nga reklama, shitje të drejtpërdrejta ose të dyja bashkë jo më shpesh se çdo 30 minuta. Këtu nuk përfshihen serialet dhe dokumentarët.”.

2. Në pikën 4 hiqen fjalët “ose shitjesh të drejtpërdrejta”.

3. Pas pikës 4 shtohet pika 4/1 me këtë përmbajtje:

“4/1. Ndalohet ndërputja e shitjeve të drejtpërdrejta gjatë programeve për fëmijë.”.

Neni 13

Në nenin 44 bëhen ndryshimet e mëposhtme:

1. Pika 1 ndryshohet si më poshtë:

“1. Vendosja e produkteve lejohet në programet e ofruesve të shërbimeve mediatiqe, përveç programeve të lajmeve, çështjeve aktuale, mbi çështjet konsumatore, me natyrë fetare dhe programeve për fëmijë.”.

2. Pika 2 shfuqizohet.

3. Në pikën 3 bëhen këto ndryshime:

a) shkronja “a” ndryshohet si më poshtë:

“a) përmbajtja dhe organizimi i tyre brenda një orari në rastin e transmetimeve televizive ose në kuadër të një katalogu në rastin e shërbimeve mediatiqe audiovizive me kërkesë nuk do të ndikohen në asnjë rrethanë në mënyrë të tillë që të prekë përgjegjësinë dhe pavarësinë editoriale të ofruesit të shërbimit të medias;”.

b) shkronja “ç” shfuqizohet.

4. Pika 4 ndryshohet si më poshtë:

“4. Shikuesit informohen qartë për vendosjen e produktit nëpërmjet identifikimit të duhur në fillim dhe në fund të programit, si dhe kur rifillon programi pas transmetimit të reklamës, në mënyrë që të shmangët çorientimi i shikuesve.”.

5. Shkronja “a” e pikës 5 ndryshohet si më poshtë:

“a) të cigareve, prodhimeve të tjera të duhanit, cigareve elektronike dhe enëve rimbushëse apo vendosje të produkteve nga shoqëri tregtare, persona apo sipërmarrje, veprimtaria kryesore e të cilave është prodhimi ose tregtimi i cigareve, prodhimeve të tjera të duhanit, cigareve elektronike dhe enëve rimbushëse.”.

Neni 14

Në pikën 2 të nenit 45 pas fjalëve “prodhimeve të tjera të duhanit” shtohen fjalët “cigareve elektronike, si dhe enëve rimbushëse”.

Neni 15

Pikat 1 dhe 2 të nenit 77 ndryshohen si më poshtë:

“1. Shërbimet mediatiqe audio dhe/ose audiovizive, sipas kërkesës së përdoruesit, të ofruara nga operatorët e shërbimit të medias garantojnë që në katalogët e tyre të kenë të paktën 30% të tregut të veprave evropiane dhe sigurojnë që ato të jenë të dukshme.

2. Shërbimet mediatike audio dhe/ose audiovizive, sipas kërkesës së përdoruesit, të ofruara nga operatorët e shërbimit të medias promovojnë, kur është e mundur dhe me mjete të përshtatshme, prodhimin e veprave evropiane, duke kontribuar financiarisht në prodhimin e veprave evropiane përmes investimit të drejtpërdrejtë në përmbajtje dhe/ose kontributit në fondin e filmit sipas legjislacionit në fuqi.”.

Neni 16

Pikat 1 dhe 2 të nenit 87 ndryshohen si më poshtë:

“1. AMA ka të drejtë t’u vendosë OSHMA-ve detyrime të arsyeshme për transmetimin e një ose më shumë programeve audio dhe audiovizive, ofrimin e shërbimeve shoqëruese të tyre, udhëzuesit elektronikë të programit (EPG), ndërfaqet e programeve aplikative, veçanërisht shërbimeve që mundësojnë akses të përdoruesve me aftësi të kufizuar. Këto detyrime vendosen ndaj operatorëve të rrjeteve të komunikimeve elektronike, rrjetet e të cilave shfrytëzohen nga një numër i konsiderueshëm përdoruesish fundorë si mjet kryesor për marrjen e programeve audiovizive.

2. Detyrimet e mbartjes sipas pikës 1 vendosen vetëm kur ato janë të nevojshme për të përmbushur objektivat e interesit të përgjithshëm dhe janë proporcionale dhe transparente.”.

Neni 17

Pas pikës 9 të nenit 133 shtohet pika 9/1 me këtë përmbajtje:

“9/1. Për shkelje të detyrimeve të parashikuara për ofruesit e platformave të shpërndarjes së videove sipas neneve 30/1, 32 dhe 32/1 të këtij ligji, parashikohet gjobë në masën 200 000 deri në 2 000 000 lekë;”.

Neni 18

Kudo në tekstin e ligjit fjala “të mitur” zëvendësohet me fjalën “fëmijë” dhe togfjalëshi “persona me nevoja të veçanta shqisore” zëvendësohet me fjalët “persona me aftësi të kufizuar”.

Neni 19

Dispozitë kalimtare

Ofruesit e shërbimit të platformave të shpërndarjes së videove njoftojnë pranë AMA-s të dhënat e kërkuara sipas pikës 3 të nenit 30/1 brenda 90 ditëve nga hyrja në fuqi e këtij ligji.

Neni 20

Hyrja në fuqi

Ky ligj hyn në fuqi 15 ditë pas botimit në Fletoren Zyrtare.

Miratuar më datë 13.4.2023.

**Shpallur me dekretin nr. 62, datë 4.5.2023, të Presidentit të Republikës së Shqipërisë,
Bajram Begaj.**