



**REPUBLIKA E SHQIPËRISË**

**KUVENDI**

**PROJEKTLIGJ**

Nr. \_\_\_\_ / 2022

**PËR**

**DISA SHTESA DHE NDRYSHIME NË LIGJIN NR. 97/2013**

**“PËR MEDIAT AUDIOVIZIVE NË REPUBLIKËN SHQIPËRISË”, TË NDRYSHUAR**

Në mbështetje të neneve 78, 81 pika 1 dhe neni 83 pika 1, të Kushtetutës, me propozimin e Këshillit të Ministrave, Kuvendi i Republikës së Shqipërisë

**V E N D O S I:**

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

**Neni 1**

Në nenin 3, bëhen këto shtesa dhe ndryshime:

a. Pika 43, e nenit 3 ndryshon 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.

Pika 26, e nenit 3 riformulohet si më poshtë:

26. “Program” është një seri imazhesh lëvizëse, të 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 dramat origjinale.

Pas pikës 26 shtohet pika 26.1, me këtë përmbajtje:

26.1 “Vendim editorial” është vendimi që merret rregullisht për të ushtruar përgjegjësinë editoriale dhe që lidhet me funksionimin e përditshëm të shërbimit mediatik audioviziv.

Pas pikës 6, shtohet pika 6.1 me këtë përmbajtje:

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

## **Neni 2**

Në nenin 19, në pikën 2, pas gërmes “e” shtohet germa “ë”, me këtë përmbajtje:

“ë) Promovon, nxit ndërgjegjësimin publik, kërkimin dhe veprimtaritë lidhur me edukimin mediatik.”

## **Neni 3**

Kudo në tekstin e ligjit, fjala “... të mitur” zëvendësohet me “... fëmijë”.

## **Neni 4**

Në nenin 30 bëhen këto ndryshime:

Pika 2 e nenit 30 riformulohet si më poshtë vijon:

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 Europian, 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.

Pika 3 e nenit 30 riformulohet si më poshtë vijon:

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 prezumohet se është i vendosur në Republikën e Shqipërisë, nëse selia e tij qendrore është në Republikën e Shqipërisë.

Pas pikës 7 të nenit 30, shtohen pikat 8 dhe 9 me përmbajtjen si më poshtë vijon:

8. Ofruesi i shërbimit mediatik audio dhe/ose audioviziv duhet të informojë AMA për çdo ndryshim që ndikon në përcaktimin e juridiksionit sipas parashikimeve të kësaj dispozite.
9. AMA do të publikojë dhe përditësojë listën e ofruesve të shërbimit mediatik audio dhe/ose audioviziv nën juridiksionin e Republikës së Shqipërisë.

## **Neni 5**

Pas nenit 30, shtohet neni 30/1 me këtë përmbajtje:

### **“Neni 30/1**

1. AMA do të përgatisë dhe rishikojë Kodet e Sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikat që duhet të respektohen nga ofruesit e shërbimeve mediatike që ofrojnë shërbime mediatike audio dhe audiovizive.

Kodet e sjelljes duhet:

- (a) të jenë të konceptuar 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 parashikojnë një monitorim dhe vlerësim të rregullt, transparent e të pavarur të arritjes së objektivave të synuara; si dhe
  - (d) të sigurojnë një zbatim efektiv, përfshirë sanksione të efektshme dhe proporcionale.
2. Ofruesit e shërbimeve audiovizive duhet të hartojnë 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 dhe në faqet elektronike të ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizive.”

## **Neni 6**

Në nenin 32 bëhen këto ndryshime dhe shtesa:

“ 1. Në pikën 1, germet “c” dhe “ç”, ndryshon si më poshtë:

1. 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.

2. Pas pikës 1 të nenit 32, shtohet pika 1/1 me këtë përmbajtje:

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

3. Pika 4 e nenit 32, riformulohet me këtë përmbajtje:

4. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive nuk transmetojnë programe me përmbajtje që:

- a) nxisin dhunë ose urrejtje kundrejt një grupi personash ose një anëtari 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 ose orientimi seksual.
- b) nxisin kryerjen e veprave terroriste.

## **Neni 7**

Pas nenit 32, shtohet neni 32/a, me këtë përmbajtje:

### **“Neni 32/a**

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. Masat mbrojtëse duhet të jenë në proporcion me efektet në zhvillimin moral, mendor e fizik të fëmijëve. Programet audio dhe audiovizive më të dëmshme, siç është dhuna dhe pornografia, do t'i 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 sjellje.
3. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive do të japin informacion të mjaftueshëm mbi përmbajtjen që mund të dëmtojë zhvillimin fizik, mendor ose moral të fëmijëve. Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizive duhet të përdorin një sistem përshkrues të natyrës potencialisht të dëmshme të përmbajtjes së një shërbimi të medias audiovizive.”

## **Neni 8**

Pas nenit 32/a, shtohet neni 32/b, me këtë përmbajtje:

#### **“Neni 32/b**

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të marrin masa propocionale që programet e transmetuara prej tyre të jenë të arritshme, në mënyrë graduale dhe progresive, nga personat me nevoja të veçanta shqisore. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive hartojnë plane veprimi mbi aksesin, në mënyrë progresive në shërbimet e ofruara prej tyre nga personat me nevoja të veçanta.
2. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive hartojnë plane veprimi mbi aksesin, në mënyrë progresive në shërbimet e ofruara prej tyre nga personat me nevoja të veçanta shqisore.
3. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të informojnë periodikisht AMA për masat e marra për përmbushjen e detyrimeve të parashikuara në pikën 1 dhe 2 të këtij neni, çdo vit.
4. AMA cakton një pikë kontakti, lehtësisht të arritshme nga personat me nevoja të veçanta shqisore, për dhënien e informacionit dhe marrjen e ankesave në lidhje me çështjet e përmendura në këtë nen.
5. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive duhet të 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 nevoja të veçanta shqisore”.

#### **Neni 9**

Pas nenit 32/b, shtohet neni 32/c, me këtë përmbajtje:

#### **“Neni 32/c**

1. Ofruesit e shërbimeve të mediave audiovizive marrin masa për t'i dhënë hapësirën e duhur, programeve me interes të përgjithshëm.
2. OSHMA-të duhet të garantojnë që programet dhe shërbimet mediatike audiovizive të tyre të mos transmetohen në formë të shkurtuar, të ndryshohen, 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 rastet e mëposhtme:
  - a) modifikimi kryhet nga marrësi i shërbimit mediatik audioviziv për përdorim personal;
  - b) ekziston nevoja teknike për të përdorur ndërfaqet e programeve aplikative;
  - c) për dhënien e informacionit paralajmërues ose informacionit me interes publik;
  - d) për qëllime të titimit dhe përdorimit të teknikave të përshtatjes (kompresimi, rezolucioni, kodimi) të shërbimeve mediatike audiovizive pa ndryshuar përmbajtjen e ofruar.
  - e) një komunikim me natyrë tregtare audiovizive përfshihet nga vetë OSHMA.

#### **Neni 10**

Në nenin 41 bëhen ndryshimet dhe shtesat si më poshtë:

Pika 1, e nenit 41, riformulohet si më poshtë:

1. Transmetimi i një i programi në një shërbim transmetimi mund të përfshijë ndërfitjen 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 duhet të tejkalojë 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 duhet të tejkalojë 20% të kësaj fashe orare.

Pas pikës 1 të nenit 41 shtohet pika 1/1 me përmbajtjen si më poshtë:

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

- a) njoftimet e bëra nga OSHMA në lidhje me programet e veta dhe shërbime të tjera të ofruara prej tyre;
- b) njoftimet e sponsorizimit;
- c) informacionet që transmetohen pa shpërblim;
- d) vendosjet e produktit;
- e) kornizat neutrale që ndajnë përmbajtjen editoriale nga komunikimet tregtare audiovizive.

## **Neni 11**

Në nenin 42 bëhen ndryshimet si më poshtë:

Në pikën 4, pas fjalëve “cigaret elektronike” shtohen fjalët “dhe enët rimbushëse”.

Në pikën 7, të këtij neni, pas fjalës “morale” shtohet fjala “mendore”.

Pas pikës 7 të nenit 42, shtohet pika 7/1 me përmbajtjen si më poshtë:

- 7/1. Komunikimet me natyrë tregtare në shërbimet audiovizive me kërkesë, me përjashtim të sponsorizimit dhe vendosjes së produktit, duhet të respektojnë kriteret e përcaktuara në nenin 43, pika 7 të ligjit.

Pika 8 riformulohet si më poshtë:

8. AMA do të përgatisë dhe rishikojë Kodet e Sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikat 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.

## **Neni 12**

Ne nenin 43 bëhen ndryshimet si më poshtë

Pika 2, ndryshon 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.

Pika 3 e nenit 43 ndryshon si më poshtë:

Transmetimi i filmave, veprave kinematografike dhe programeve të lajmeve (duhet të rregullohet edhe në ligjin aktual) 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.

Në pikën 4 të nenit 43, hiqen fjalët "ose shitjesh të drejtpërdrejta".

Pas pikës 4 të nenit 43, shtohet pika 4/1, me këtë përmbajtje:

4/1 Ndalohet ndërfutja e shitjeve të drejtpërdrejta gjatë programeve për fëmijë.

## **Neni 13**

Në nenin 44 bëhen ndryshimet si më poshtë:

Pika 1, e nenit 44 riformulohet si më poshtë:

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

Pika 2, shfuqizohet.

Germa (a) e pikës 3 të nenit 44 ndryshon si më poshtë:

2. Programet që përmbajnë vendosjen e produkteve duhet të plotësojnë kërkesat e mëposhtme:
  - a) përmbajtja dhe organizimi i tyre brenda një orari, në rastin e transmetimeve televizive ose në kuadër të një katalogu në rastin e shërbimeve mediatike 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;

Germa “ç” shfuqizohet.

Pika 4 të këtij neni riformulohet si më poshtë:

“4. Shikuesit duhet të informohen qartë për vendosjen e produktit nëpërmjet identifikimit të duhur në fillim dhe në fund të programit dhe kur një program rifillon pas një pushimi reklame, në mënyrë që të shmangin çdo çoroditje të shikuesve.”

Germa (a) e pikës 5 të nenit 44 riformulohen 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 nenin 45 bëhen ndryshimet si më poshtë:

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

#### **Neni 15**

Pika 1, e nenit 77 riformulohet me përmbajtjen si më poshtë:

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

Pika 2 e nenit 77 riformulohet si më poshtë:

“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 ndryshojnë 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 elektronik të programit (EPG), ndërfaqet e programeve aplikative, vecanërisht shërbimeve që mundësojnë akses të përdoruesve me nevoja të veçanta shqisore. Këto detyrime vendosen ndaj operatorëve të rrjeteve të komunikimeve elektronike, rrjetet e të cilëve 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 do të jenë proporcionale dhe transparente.

### **Neni 17** **Hyrja në fuqi**

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

**K R Y E T A R I**

**LINDITA NIKOLLA**