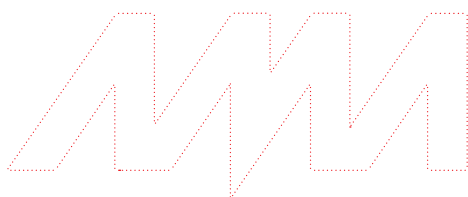




REVISTË,

AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE E

NR. 7, TIRANË 2020



TRANSMETIME AUDIOVIZIVE NË KOHËN E KORONAVIRUSIT



ARBEN MUKA

Drejtore i Drejtorisë së Programeve

Që nga fillimi i marsit të këtij viti, kur u regjistrua zyrtarisht i prekuri i parë me koronavirus në Shqipëri, në mënyrë të përshpejtuar dhe të përshkallëzuar autoritetet zyrtare morën masat e bllokimit të aktivitetit normal të qytetarëve, sipërmarrjeve dhe institucioneve.

Mbrojtja e shëndetit në kushtet e gjendjes së fatkeqësisë natyrore ishte prioritare, për të evituar rastet fatale, si dhe përhapjen në shkallë të gjerë të Covid-19.

Tregu audio dhe audioviziv ishte në dy sfida kundërtë: ju rrit kërkesa për mbulim të situatës së pazakontë (publiku i mbyllur në shtëpi ishte gjithë “sy e vesh” në pritje të lajmeve nga aktualiteti dhe prognozat); nga ana tjetër, pandemia goditi edhe këtë sektor, duke rrudhur të ardhurat e duke rritur shpenzimet.

Efektet në tregun audio dhe audioviziv

Që në ditët e para të pandemisë u vu në pikëpyetje dhe paraqitja në punë e gazetarëve, redaktorëve, stafit mbështetës etj. Paniku, i natyrshëm në rrethana të tilla, kaploi dhe personelin e OSHMA-ve. Menaxherët u detyruan të largojnë një pjesë të stafit, kryesisht sektorët mbështetës ose reporter me kontrata afatshkurtër pune. Redaksitë audiovizive nisën të përshtaten me kushtet e reja të punës (respektimi i distancës mes kolegëve, përdorimi i maskave, dezinfektantëve etj.)

U reduktua prodhimi, sepse nga protokollet e shpallura nga autoriteti shëndetësor u pezulluan disa emisione, madje dhe nga ato në prime time (kryesisht ato me perezencë të publikut). U ridimensionuan emisione, sa i takon prezencës në studio (distanca, numri i pjesëmarrësve në pannel). Nga adaptimi i formatit të lidhjeve me skype, ra cilësia e figurës dhe zërit, si dhe humbi ritmi i interaktivitetit, krahasuar me kushtet e komunikimit fizik.

Covid-19 tkurri të ardhurat, pasi nga blerësit e kohës së transmetimit u ndërpreu kontratat e reklamave dhe promocionit, pavarësisht se më herët, palët ishin të dakordësuar. Në rrethanat e reja të bllokimit ose kufizimit të aktivitetit shumë sipërmarrës hoqën dorë nga reklama, ose reduktuan transmetimin e tyre. Për redaksitë audiovizive, nën presionin e lockdown-it, u rritën shpenzimet e detyrueshme (që shkonin për sigurinë e shëndetit të personelit), por dhe për përshtatjen e mjedisit të punës, duke riarregjuar vendet e punës etj.

Nga monitorimi i përmbajtjeve të emetuara u identifikua ulja e nivelit të tyre. Humbi larmia tematike (psh., nuk bëhej fjalë për emisione të formatit sportive a kulturor, në kushtet kur ishte ndërprerë pa afat kalendari i aktiviteteve). U mbivlerësuan edhe më shumë emisionet debat në studio, por kishte pak info nga terreni. Shifrat nga dinamika e pandemisë jepeshin vetëm një burim - autoriteti shëndetësor; munguan kontributet investigative (i zëvendësuan info-t të paverifikuara ose teoritë konspirative).

Përmbledhtazi themi që, pandemia dëmtoi performancën e subjekteve audio dhe audiovizive (ekonomikisht, produktin e tyre në llojshmëri dhe cilësi); reduktoi liritë e ushtrimit të profesionit të gazetarëve (puna e tyre më e pasigurtë).

Angazhimi konkret i AMA-s

Në kushtet e vendosjes së gjendjes së fatkeqësisë natyrore në vend, OSHMA-të kishin detyrimin e transmetimit dhe të përmbajtjeve pa shpërblim (bazuar në ligjin 97/2013, i ndryshuar dhe rregulloren përkatëse), ku flitet për rastet që lidhen me mbrojtjen e shëndetit publik, fatkeqësitë natyrore dhe njerëzore, rendin dhe sigurinë kombëtare. Në bashkëpunim me autoritetin përgjegjës të menaxhimit të gjendjes së fatkeqësisë natyrore, AMA u dërgoi shkresë OSHMA-ve për transmetimin pa shpërblim të njoftimeve. Reagimi i OSHMA-ve ishte i menjëhershëm dhe mjaft korrekt, duke treguar, si dhe në raste të mëparshme, përgjegjësi dhe profesionalizëm për situatën e krijuar në vend.

Njoftime informuese dhe ndërgjegjësuere nga Ministria e Shëndetësisë dhe Mbrojtjes sociale për masat parandaluese antiCovid, të transmetuara nga subjektet e licencuara audio dhe audiovizive ishin me mjaft ndikim në orientimin e publikut.

Një aspekt tjetër ku u fokusua AMA ishte dhe monitorimi në spektrin audioviziv për respektimin e rregullave të vendosura nga autoriteti shëndetësor për mbrojtjen e personelit që punonte në OSHMA (ruajtja e distancave, masat mbrojtëse gjatë punës, përdorimi i dizifektantëve etj.)

Në periudhën prill-maj, AMA dërgoi shkresë për tërheqje vëmendjeje në tre subjekte (Klan, Top Channel dhe Ora News), për mosrespektim të masave për pjesëmarrjen e personave në studion e emisioneve të tyre.

Prezenca e Covid-19, të njohurat dhe të panjohurat për dinamikën e pandemisë në muajt në vijim pritet të kenë efekte në dinamikën e tregut audioviziv, përballim të problematikave dhe sfidave për produktin, burimet njerëzore të angazhuara, infrastukturën teknike e teknologjike etj.

Sipas arsytimeve të një pjese të ekspertëve, e qartë është se kushtet dhe rrethanat e sjelljes së tregut para pandemisë kanë ndryshuar tashmë në mënyrë të pakthyeshme.



1=NDIHMJA/MBËSHTETJA E AMA-S PËR OSHMA-TË NË VITIN 2020



MONIKA PLASA

Drejtor i Drejtorisë së Shërbimeve të Brendshme

AMA duke mbajtur parasysh situatën e rëndë të krijuar për shkak të fatkeqësisë natyrore (tërmetit) të ndodhur në datën 26 nëntor 2019, si dhe faktin që subjektet e autorizuar për të ofruar shërbim në qarkun Durrës ishin më të goditurat edhe në aktivitetin e tyre të biznesit, mori vendimin nr. 13, datë 20.02.2020 “Për miratimin e pagesës me kështe të detyrimeve financiare për vitin 2020, të subjekteve të autorizuar për përsëritjen e shërbimit programor në rrjet kabllor dhe IPTV, për të ofruar shërbim në qarkun Durrës”.

Me këtë vendim AMA iu dha mundësinë subjekteve të autorizuar prej saj për ripërsëritës IPTV dhe për përsëritjen e shërbimit të programit audioviziv mbështetur në rrjet kabllor, të kryenin pagesat e detyrimeve financiare të vitit 2020, të ndara deri në 4

(katër) këste, duke e shtyrë afatin nga data 31 mars, më datë 21 dhjetor 2020, pa aplikuar kamatëvonesë.

Në situatën e krijuar në muajt mars-prill 2020 prej pandemisë së krijuar prej infeksionit COVID-19, AMA vendosi të lehtësojë/mbështesë financiarisht OSHMA-të (subjektet e autorizuara/licencuara prej saj) duke marrë vendimin nr. 32, datë 04.05.2020 “Për shtyrjen e afatit të aplikimit të kamatëvonesave mbi pagesat vjetore për licencë/autorizim për vitin 2020, deri në datën 30 qershor 2020”, duke e shtyrë afatin e pagesave vjetore për autorizim dhe licenca nga data 31 mars më datë 30 qershor 2020, pa aplikuar kamatëvonesë. (pa cënuar subjektet e autorizuara të vendimit nr. 13, datë 20.02.2020).

AMA NË ZBATIM TË LIGJIT NR. 34/2017 “PËR LIRIMIN E FREKUENCAVE TË DIGJITAL-DIVIDENTIT” TË NDRYSHUAR

AMA në cilësinë e dhënësit të ndihmës shtetërore, bazuar në ligjin nr. 34/2017, “Për lirimin e frekuencave të Digjital-Dividentit” të ndryshuar, si dhe referuar vendimit nr. 89, datë 23.04.2019 të Komisionit të Ndhmës Shtetërore, për autorizimin e ndihmës shtetërore, realizoi në vitin 2019 përfitimin financiar për kategorinë e operatorëve historikë privatë kombëtarë dhe kategorinë e operatorëve me eksperiencë në transmetimet numerike.

Për kategorinë e tretë, AMA me vendimin nr. 38, datë 07.03.2019 përcaktoi listën e subjekteve përfituese (ekzistues analogë) si dhe fondin e parashikuar të kompensimit financiar (euro me TVSH) të subjekteve për allotmentin përkatës, bazuar në vendimin e AMA-s nr. 54, datë 29.03.2016 “Për miratimin e tarifës mujore për mbështetjen e operatorëve privat për një allotment, në rrjetin numerik të ndërtuar nga RTSH”.

Lista e operatorëve lokalë/rajonale përfitues të kompensimit financiar mund të pësojë ndryshime, pasi në listën e miratuar nga AMA janë përfshirë edhe subjektet, licencat e të cilëve janë shpallur të pavlefshme, dhe vendimmarrjet e autoritetit janë apeluar në instancat gjyqësore, apo subjekte, veprimtaria e të cilëve është me status “të pezulluar”. Në këtë mënyrë, vlera e kompensimit të paracaktuar për këtë kategori subjektësh, do të rishpërndahet tek të gjithë operatorët përfitues.

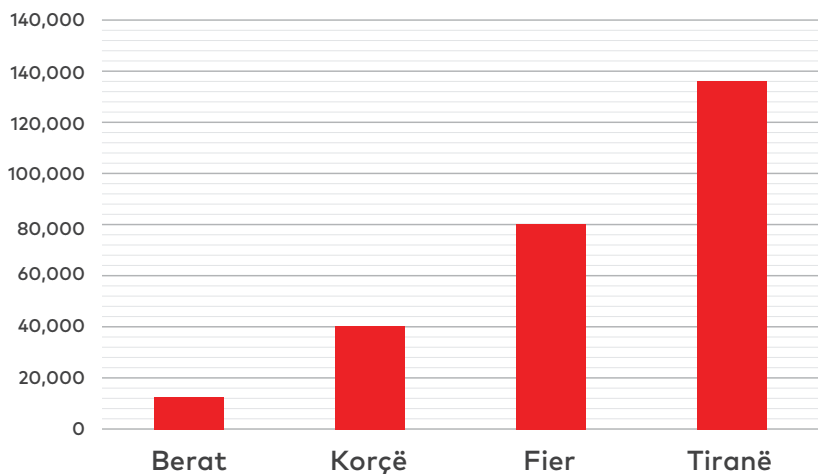
Kompensimi financiar ka filluar për subjektet të cilët kanë mbështetur shërbimin e tyre programor në rrjete numerike dhe ofruar shërbime në allotmentet Berat, Korçë, Fier, Tiranë (qarqet Tiranë dhe Durrës) ku transmetimet analoge janë mbyllur.

Me mbylljen e transmetimeve analoge në qarqet Shkodër, Lezhë, Elbasan dhe Vlorë më datë 30 shtator 2020, pritet të vijojë ky proces brenda vitit për subjektet që do të mbështesin shërbimin e tyre programor në rrjete numerike.

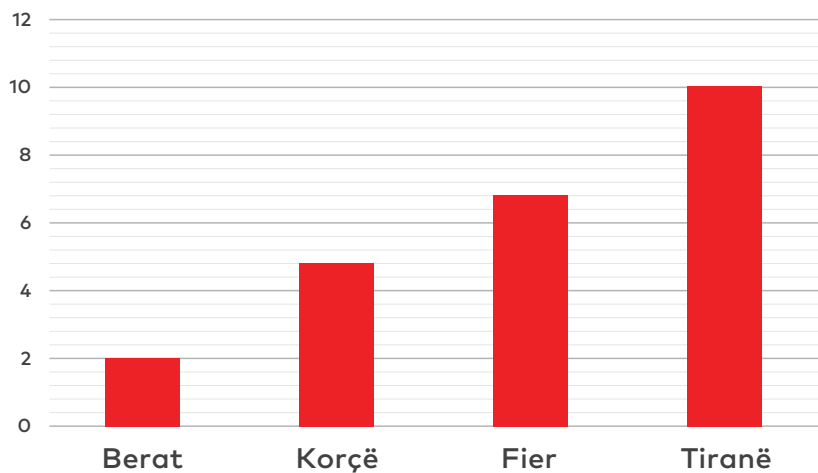
Prej muajit korrik 2019 deri në muajin tetor 2020, kompensimi financiar i kryer, paraqitet si më poshtë:



Nr. Subjekteve



Shuma e kompensimit në Euro me TVSH



AMA DHE PARTNERËT

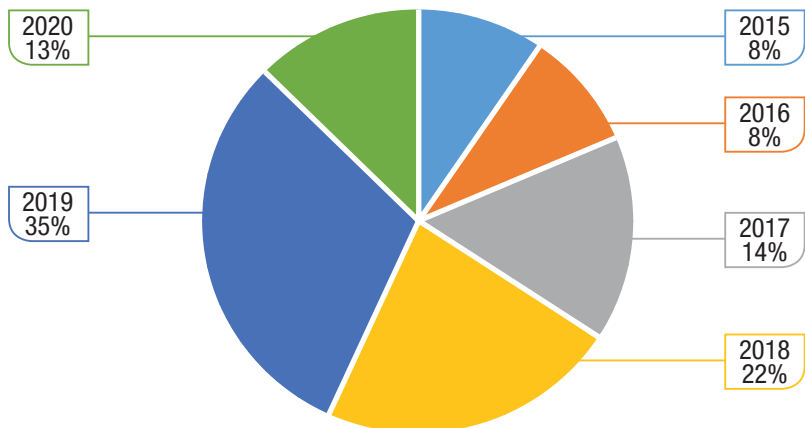


MIRELA MILETI

Drejtore i Drejtorisë së Burimeve Njerëzore dhe Marrëdhënieve me Jashtë

Autoriteti i Mediave Audiovizive për të përmirësuar cilësinë e aktivitetit të tij si dhe për të inkurajuar e forcuar partneritetin me disa institucione publike, akademike dhe shoqërinë civile, gjatë veprimtarisë së tij, gjatë viteve 2015 – 2020, i ka dhënë hapësirë e ka mbështetur financiarisht realizimin e disa projekteve, studimeve e përkthimeve të literaturave të munguara botërore në fushën e medias. Projektet, në përfundim të tyre, u shoqëruan dhe botime të ndryshme, të cilat janë publikuar në faqet zyrtare në internet të organizatave të shoqërisë civile. Botimet e broshurat u janë shpërndarë operatorëve audiovizivë dhe grupeve të interesit.

PROJEKTET E FINANCIARA NGA AMA 2015 -2020



Projektet e mbështetur nga AMA janë fokusuar në tri drejtime bazike:

1. studime dhe analiza të tregut audioviziv;
2. trajnime dhe kualifikime të redaksive audiovizive për përmirësimin e raportimit;
3. përkthimi në shqip i literaturës së huaj mbi këtë fushë.

Janë rreth 650 gazetarë, reporterë, redaktorë dhe bashkëpunëtorë nga redaksitë audiovizive, si dhe studentë nga Departamenti i Gazetarisë që janë përfshirë në periudhën 2015 – 2019 në trajnime dhe workshope. Mbi 60% e tyre janë nga redaksitë audiovizive në rrethe.

Risi në partneritetin e vitit 2018 ishte angazhimi për të pasuruar literaturën në gjuhën shqipe mbi median audiovizive, duke përkthyer tituj nga fondi i bibliografisë ndërkombëtare.

Nga bashkëpunimi me partnerët tanë u bë i mundur publikimi i librave të UNESCO-s:

- *“Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism”*
- *“Privacy, Free expression and transparency: Redefining their new boundaries in the digital age”.*



Botimet sjellin informacion dhe analizim të dy çështjeve të rëndësishme të angazhimit të medias, përballë rrezikut të fenomeneve të radikalizmit dhe ekstremizmit, jo vetëm fetar, ku përfshihet dhe gjuha e urrejtjes, por dhe krijimi i një balance mes kërkesës për ‘privacy’ dhe nevojës për transparencë dhe lirisë së shprehjes, si një ndër parimet bazë të demokracisë.

Botime të tjera që u sollën në shqip gjatë vitit 2018 janë edhe...

- “*L’explosion du journalism, des Medias de masse de medias*”;
- “*From PrimeTime to DayTime*”;
- “*Sociologie de la television*”
- “*Television and Youth Culture*”;

...të cilat krahas lëndës informative bëjnë dhe analiza mbi dukuri e trende në sektorin e mediave audiovizive, me hulumtime e gjetje të ecurisë për periudha të ndryshme kohore - duke përfshirë tregues dhe fenomene karakterizuese në kushtet e ndryshimeve të vrullshme teknologjike, menaxheriale, sociologjike, etike etj.



INDUSTRIA E FILMIT PËRBALLË COVID-19



IRVIN MUÇAJ

Regjisor

Në këtë periudhë të vështirë që mbarë bota është përfshirë, një goditje direkt ka pësuar e gjithë industria e filmit. Mjafton këtu të sjellim në mend kinematë e mbyllura apo të hapura pjesërisht që janë vetëm një detaj i dukshëm në zinxhirin e gjatë të problematikave që janë krijuar në këtë industri. AMA, si anëtare me të drejta të plota pranë OBS (Observatori Evropian Audioviziv) është prezentë në të gjitha diskutimet që prodhuesit dhe shpërndarësit më të mëdhenj po zhvillojnë, duke na sjellë një pasqyrë të qartë, e cila na ndihmon të kuptojmë cilat janë praktikat më të mira që mund t'ju sugjerohen kineastëve në Shqipëri. Muajt e fundit kanë qenë të ngarkuar përsa i takon diskutimeve, konferencave, evidentimit të problematikave dhe propozimeve për zgjidhje.

Netflix përballë Kinemasë Evropiane

Pasojat e pandemisë nuk kanë rezultuar edhe aq negativ për platformën Netflix. Kjo e fundit ka raportuar për rritje të madhe ekonomike gjatë muajve të lockdown-it por dhe më tej. Fatkeqësisht, e njëjta gjë nuk mund të thuhet për kinemanë evropiane e cila ka deklaruar humbje jo të vogla gjatë këtyre muajve.

Në takimin e organizuar online me temë “Si të përkufizojmë nacionalitetin e një filmi”, në mënyrë të pashmangshme kryefjala ishte ndikimin i pandemisë mbi industrinë e filmit në Evropë, USA, dhe më konkretisht në shtetet pjesëmarrëse. Folësit treguan në mënyrë konkrete të dhënat për këto vende: Francë, Gjermani, Suedi, Angli dhe USA. Suedia ishte përzgjedhur si i vetmi vend që nuk pati një mbyllje të plotë përgjatë pandemisë. Kjo nuk ishte një temë në të cilën mund të dilej në përfundime për të ardhmen, por ama e tashmja na tregon që industria e filmit ka pasur një goditje deri në 40 apo 50 % dhe prodhimet e mëdha janë shtyrë të gjitha për vitin tjetër. Kjo sjell një dëm jo-direkt edhe në ekonominë e vendeve pasi siç dihet kjo industri punëson një numër të konsiderueshëm njerëzish dhe rrit konsumin. Dëshiroj të vë në dukje që buxheti për një film, metrazh i gjatë apo serial televiziv, fillon me 1 milion euro. Nëse një prodhim i të tilla përmasave vendosej për tre deri në katër javë në një nga zonat e Shqipërisë, efekti do të ishte i menjëhershëm.

Një nga folëset në konferencë, Madeline De Cock, Zv presidente e Netflix tregoi përvojën e këtij gjigandi sot të shitjes së prodhimeve kinematografike duke thënë se rritja ekonomike e këtij rrjeti me qendër në USA ka qenë më e madhe në këtë periudhë të vështirë për ekonominë në tërësi.

Për gjithë përdoruesit e Netflix do të kishte qenë një debat i bukur për t'u ndjekur ai që ndodhi mes Zëvendës Presidentes së Netflix dhe Zj. Lucia Recalde Langerica, Kryetare e industrisë Audiovizive dhe medias në Këshillin Evropian. Ky debat shkoi deri në detaje për algoritmet që kjo kompani vë në dispozicion të përdoruesve, algoritme këto që e vështirësojnë gjetjen e filmit evropian brenda të njëjtës platforme, duke i dhënë kështu epërsi tregut amerikan. Sipas Netflix (që nuk justifikohet për këtë “handikap”) prodhuesit duhet ta kërkojnë zgjidhjen tek vetja dhe tek përshtatja e tyre me tregun, sesa tek algoritmet e kësaj kompanie kaq të madhe që në fund të fundit drejtohet vetëm nga interesa të pastër ekonomik.

Kjo konferencë me synimin e ndërtimit të strukturave të qarta për të *përkufizuar nacionalitetin e një filmi*, merr një rëndësi akoma më të madhe në kushtet e reja me të

cilat do të përballen industria e filmin, sepse nacionaliteti është baza kryesore ligjore për ndarjen e të ardhurave dhe mbrojtjen e të drejtave të autorëve.

Në prodhimet kinematografike çdo ditë e më shumë producentët kërkojnë dhe arrijnë të marrin fonde nga më shumë se një shtet, dhe në një mori rastesh edhe nga kontinentë të ndryshëm. Nëpërmjet Observatorit, dhe EFARN (European Film Agency Research Network) Evropa bën një punë konstante deri në unifikimin e rregullave të tregut si për prodhuesit ashtu edhe për distributorët dhe shtëpitë filmike. Producentët dhe artistët diskutuan mbi gjetjen e mundësive të bashkëpunimit në zona të botës ku rregullat financiare, për shitjen më pas të produktit, janë të ndryshme. Janë pikërisht këto rregulla që përkthehen direkt në të ardhura për vetë filmin dhe krijuesit por edhe për vendet që i mbështesin.

Në këto kushte ku bashkëpunimi midis artistëve dhe prodhuesve po kërkon rrugë të reja për të siguruar shpesh mbijetesën, për vende të vogla e të pa zhvilluara, përkufizimi i nacionalitetit duhet të gjejë zgjidhje për të mos krijuar më pas probleme në botën që, falë teknologjisë, progresin me hapa disa vjeçar dhe parashikimi për të ardhmen mbetet sfida më e madha sot.

● GREEN FILM

Çfarë është iniciativa “Green Film”!?

Green film, ishte një iniciativë e “Trentino Film Comition”, Itali, në vitin 2017 dhe në mënyrë të menjëhershme pati përkrahjen e gjithë prodhuesve, fillimisht në rajonin e tyre dhe shumë shpejt në gjithë prodhuesit në Evropë.

Pas studimeve të bëra konkretisht në një set filmi janë matur me kujdes të gjithë mënyrat për të prodhuar një film duke harxhuar energji natyrore. Deri sot për një film kanë arritur të matin energjinë e madhe që dritat harxhojnë, apo karburantin e makinave dhe detajet e këtij grupi shkojnë deri në ushqimin që një grup filmi konsumon çdo ditë. Jo më kot filmi ose kinemaja është i vetmi art që njëkohësisht quhet industri. Nënvizoj që të gjithë shembujt e ardhur flisin për një kursim deri në 30% të buxhetit. Ky kursim, i bërë nga të gjitha produksionet, mund të lejojë shtimin e prodhimit duke minimizuar dëmin që pandemia po shkakton.

Si përfundim qëllimi i strukturave që prodhojnë politikat ekonomike të filmit në

Evropë është që deri në fund të vitit 2025 të kenë arritur që të gjitha prodhimet të jenë Green. Për mendimin tim, është tepër e shpejtë kjo ecuri, por duke parë krizën e madhe që kjo industri po kalon mund të jetë një mënyrë që filmat dhe sidomos krijuesit mos të sakrifikojnë nivelin e prodhimit të tyre për hir të ekonomisë sepse duhet thënë trishtueshëm që ky është një realitet në vendin tonë.

• SHQIPËRIA, ANËTARE E OBSERVATORIT EVROPIAN AUDIOVIZIV

AMA, është anëtare me të drejta të plota pranë Observatorit Evropian Audioviziv, pjesë e këshillit Evropian në Strasburg, Francë.

Observatory Evropian Audioviziv është krijuar në vitin 1992, menjëherë pas ndryshimeve të mëdha në Evropën e pas 90-ës. Në kushtet e reja gjeografike – ekonomike të krijuara pas rënies së kufijve fizik dhe ideor, industria e filmit pësoi ndryshime të mëdha. Kjo industri është në vazhdimësi në kërkim dhe përshtatje të rrugëve të reja për të gjetur një treg më të gjerë dhe për t'i dhënë vlerë filmit duke publikuar të dhëna të njësuar për këtë fushë me kaq shumë dimensione. Pjesëmarrja e të gjitha vendeve në observator e bënë më të lehtë punën për producentët e huaj që të testojnë ecuritë deri sa të gjejnë një përputhje të mundësive me kërkesat që ata kanë.

Në realitetin e ri që pandemia krijoi për të gjithë ekonominë globale të dhënat dhe statistikat kanë fituar një rendësi si maksimale si e vetmja mënyrë për të gjykuar të tashmen në funksion të një të ardhme ende të paqartë.

Në këtë moment, në vendin tonë, vështirësia më e madhe qëndron në mënyrën e mbajtjes dhe më pas në përditësimin e të dhënave. Observatori kërkon, një pasqyrë të detajuar imtësisht që pritët të ndikojë direkt tek prodhuesit dhe artistët shqiptarë .

Në fillim e vitit 2021 Shqipëria do të jetë në të gjitha botimet që OBS dhe ERAFN. Kjo sjell si pasojë edhe rritjen e interesat të prodhuesve në fushën e vështirë të industrisë kinematografike. Kjo përpjekje bëhet në kohën më të vështirë që kinemaja jonë e brishtë po kalon bashkë me pandeminë. Dëmet në këtë industri mbeten jashtë vështrimit të jetës së përditshme për shoqërinë tonë, por mund të them pa frikë që e parë në perspektive, kjo përpjekje e madhe po bëhet për një të ardhme që do të ndikojë direkt në formimin qytetar njerëzor duke tejkaluar banalitetin që pa diskutim tranzicionet dhe kohë kaq të errëta sjellin.

A=FËMIJËT NË MEDIAN AUDIOVIZIVE



URIM BAJRAMI

Kryetar i Këshillit të Ankesave

Mbrojtja e të drejtave të të miturve në mjedisin e sotëm të transmetimeve audiovizive mbetet një shqetësim i veçantë dhe përfaqëson një sfidë aspak të lehtë.

Kur Këshilli i Ankesave filloi zyrtarisht të funksionojë, në prill të vitit 2016, si strukturë e veçantë brenda Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA), u ndeshëm me një fluks ankesash, pjesa dërrmuese e të cilave kishin si objekt fëmijët, shkeljen e të drejtave të tyre, të privatësisë, të identifikimit të drejtpërdrejtë apo të tërthortë etj. Kuptuam se fëmijët duhet të ishin në fokusin e punës së Këshillit. Dhe janë jo thjesht në fokus të punës sonë të përditshme, por dhe një nga tre prioritetet e vendosura nga Bordi i AMA-s.

Në fillimet e punës së Këshillit u përpoqëm të analizojmë disa çështje kryesore, si p.sh., fluksi i ankesave, si ndryshonte ai nga koha në kohë, arsyet pse; ose tipologjia e

ankesave, cilët shkelje të ligjit apo të Kodit të Transmetimit ishin më të shpeshta dhe pse; apo vetë Kodi, a kishte pika të dobëta?

Pra, ishin shumë çështje që duheshin parë me kujdes, pasi vetë Këshilli nuk kishte përvojë të mëparshme në këtë fushë. Ndaj, puna dinamike e muajve të parë dhe një anketim i kryer në bashkëpunim me Departamentin e Gazetarisë dhe të Komunikimit në Universitetin e Tiranës na ndihmoi shumë për të evidentuar e më pas kuptuar, ndër të tjera, pikat e dobëta të Kodit dhe të bënim ndërhyrjet e domosdoshme, pas një procesi të gjerë konsultimi me aktorë e faktorë të shumtë. Megjithatë, pavarësisht se në fund të procesit përftuam një Kod të përmirësuar Transmetimi, pyetja që na mundonte ishte: A njihej Kodi i Transmetimit nga mediat audiovizive? Nëse njihej, a respektohej ky Kod?

Pas katër vitesh e pak muaj na vjen mirë të pohojmë se, ne vërejmë një përmirësim të dukshëm, nga viti në vit, sa u përket fëmijëve në përbajtjet audiovizive. Pa asnjë dyshim që ka ende probleme, por në krahasim me të shkuarën, kur nuk përdorej as shenja më minimale në raste të tilla, situata paraqitet disa herë më e mirë.

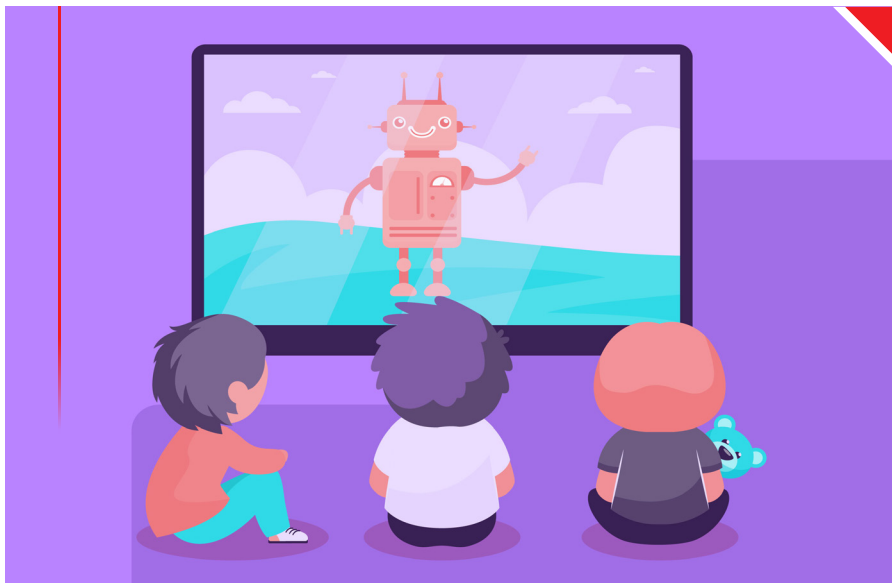
Rasti më i fundit që mund të ilustronte këtë ndryshim pozitiv është ngjarja e Babrrusë, në Tiranë, ku një nxënëse 15-vjeçare e shkollës në këtë zonë dyshohet të jetë dhunuar dhe abuzuar seksualisht nga roja i shkollës dhe disa persona të tjerë.

Pavarësisht se lajmi u dha fillimisht (31 maj) në media dhe rrjete sociale e më pas nga mediat e shkruara, AMA dhe Këshilli i Ankesave, si dhe njësitë e tjera të Autoritetit filluan monitorimin e përbajtjeve/raportimeve audiovizive informative për këtë rast. Më 1 qershor, në Ditën e Fëmijëve, nisur dhe nga ndjeshmëria e publikut në rastet më të fundit, të ngjashme, dhe në përpjekje për të sensibilizuar operatorët audiovizivë, Agjencia Shtetërore për të Drejtat dhe Mbrojtjen e Fëmijës dhe Autoriteti i Mediave Audiovizive, përmes një deklarate të përbashkët, apeluan ndaj operatorëve audiovizivë për të respektuar normat ligjore dhe etike, duke u rikujtuar se, publikimi i të dhënave personale të të miturve është në shkelje jo vetëm të parimeve ndërkombëtare, por edhe të legjislacionit shqiptar, ligjit nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar, dhe të Kodit të Transmetimit, një kuadër ligjor që sanksionon të drejtat e fëmijëve për të qenë të mbrojtur, për ruajtjen e të dhënave personale, privatësisë dhe kofidencialitetin.

Pranë Këshillit të Ankesave u adresua disa ankesa, të cilat u trajtuan me prioritet. Në përfundim të shqyrtimit të ankesave, rast pas rasti, u morën dhe masat përkatëse ndaj operatorëve audiovizivë. Por përtej masave duhet thënë se, raportimet në mediat audiovizive për fëmijët dhe rreth fëmijëve, përjashtuar raste të rralla, u konstatuan shumë më të kujdesshme krahasuar me raste të ngjashme të raportuara vitet e kaluara. As që

diskutohet se ka gjithnjë vend për përmirësim, por në vlerësimin e Këshillit të Ankesave, raportimet dhe trajtimet e çështjeve të tilla, për fëmijët dhe rreth fëmijëve, po përpiqen dita-ditës të zbatojnë në maksimum normat ligjore dhe etike.

Le t'u kthehemi shifrave, që herë të fusin në “kurth”, herë të ofrojnë një pamje më reale të situatës. Në vitin 2016, në AMA u adresuan 35 ankesa. Pjesa më e madhe e tyre, rreth 40% kishin si objekt shkeljen e të drejtave të fëmijëve. Një vit më pas shqyrtuam 70 ankesa, në 2018-n 50 dhe vitin e kaluar shqyrtuam 93 ankesa. Përsëri rreth 40 përqind e



tyre, çdo vit, kanë si objekt fëmijët, shkeljen e të drejtave të tyre, pasuar nga ankesat me objekt shkeljen e të drejtave të njeriut, normave ligjore dhe etike, komunikimet tregtare dhe një pjesë tjetër janë ankesa të ndryshme.

Duke vlerësuar çdo ankesë të adresuar, duke vënë në lupën e analizës mjedisin mediatik në raport me mbrojtjen e fëmijëve nga transmetimet dhe komunikimet e pa-përshtatshme audiovizive, kemi krijuar një praktikë të mirë, që përfshin procedurat e shqyrtimit të ankesave dhe përfshirjen e vetë OSHMA-ve në këtë proces, në funksion të përmirësimit të raportimit për fëmijët nga media.

Nëse gjatë vitit 2017, së bashku me drejtoritë dhe njësitë e tjera në AMA, dhe pas

një procesi 9-mujor konsultimi me grupet e interesit, ekspertë vendas e të huaj përmirësuan Kodin e Transmetimit, si dhe hartuam dhe miratuam Rregulloren “Mbi procedurat për trajtimin e ankesave dhe për ushtrimin e së drejtës së përgjigjes”, në vitin 2018 e plotësuam më tej këtë kuadër nënligjor. U hartua dhe u miratua udhëzimi “Mbi procedurat e trajtimit të ankesave nga ofruesit e shërbimit mediatik audioviziv (OSHMA)”. Miratimi i këtyre akteve, përveçse ishte në vijim të përmbushjes së rekomandimeve të Kuvendit të Shqipërisë, ishte edhe prioritet i Planit të Punës së Këshillit të Ankesave.

Por cili është thelbi i këtyre dokumenteve?

Thelbi është përfshirja në procesin e shqyrtimit të ankesave edhe të vetë operatorëve. Në vlerësimin tonë, ka një reagim gjithnjë e më pozitiv nga operatorët audiovizivë, gjithashtu edhe ndërgjegjësim në rritje për zbatimin sa më korrekt të ligjit për mediat audiovizive dhe të Kodit të Transmetimit.

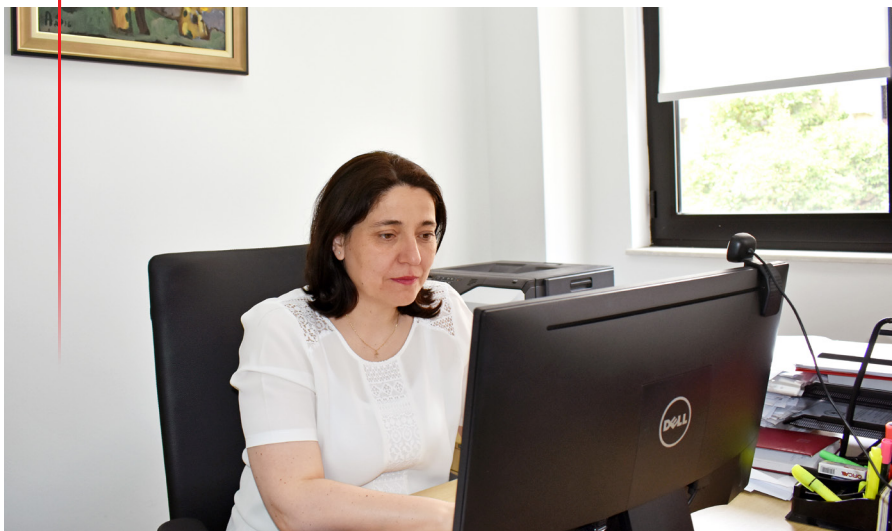
Këto dokumente përcaktojnë, por edhe thjeshtojnë, procedurat që duhen ndjekur për trajtimin e ankesave të lidhura me zbatimin e kërkesave të nenit 33 të ligjit nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar, nen që sanksionon detyrimet e operatorëve audiovizivë.

Po ashtu, hartuam edhe manualin mbi procesin e brendshëm të regjistrimit dhe trajtimit të ankesave. Ndërtimi i një seksioni të posaçëm në faqen zyrtare të AMA-s mbi ankesat nga publiku dhe subjektet ka qenë prioritet i Planit të Veprimit.

Ky seksion përmban të gjithë informacionin e nevojshëm për realizimin e ankesës, detyrimet ligjore të palëve, të shkruara në një formë të thjeshtë. Qëllimi i udhëzimeve ka të bëjë me ndihmën që Këshillit të Ankesave i vjen duke identifikuar praktikatat më të mira dhe karakteristikat kryesore të një sistemi sa më efektiv të ankesave.

Ne besojmë se kemi shumë për të bërë për fëmijët, për të drejtat e tyre, për mirëritjen dhe integrimin e tyre në shoqëri. Sepse pavarësisht të drejtave ligjore që gëzojnë, ka ende një hendek të madh midis garancive ligjore dhe realitetit ku ata jetojnë. Ne jemi të gjithë përgjegjës dhe secili në detyrën e vet edhe më shumë përgjegjës, për t'u krijuar atyre një mjedis të përshtatshëm për rritjen e tyre sa më të mirë, shëndetin, edukimin dhe integrimin. Një gabim i vogël sot, që mund ta bëjmë edhe pa dashje, u kushton shumë fëmijëve nesër. Prandaj, pa asnjë dyshim, të gjithë kemi një qëllim të përbashkët: Të mbrojmë interesin më të lartë të fëmijës. Pikërisht, për këtë qëllim madhor, jemi “të dënuar” të bashkëpunojmë.

TRANSMETIMET DIGJITALE NË MEDIAN AUDIOVIZIVE



ELKEDA DOMI

Drejtore i Drejtorisë së Planifikimit të Frekuencave dhe TIK

Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA) është angazhuar maksimalisht t'i shërbejë shoqërisë shqiptare përmes rregullimit, mbështetjes dhe nxitjes së tregut audioviziv të përgjegjshëm dhe cilësor.

Ofrimi i shumëllojshmërisë dhe cilësisë së lartë të programeve audio/audiovizive për publikun shqiptar si dhe nxitja e implementimit të teknologjive digjitale në fushën e medias në përputhje me standardet më të fundit ndërkombëtare ka qenë ndër prioritetet dhe objektivat kryesore të AMA-s.

Në këtë kuadër, digjitalizimi i transmetimeve audiovizive konsiderohet një ndër arritjet kryesore në fushën e medias, duke qenë se përfitimet nga ky proces i rëndësishëm janë të

shumta dhe të prekshme për publikun shqiptar. Rritja e numrit të kanaleve televizive pa pagesë, rritja e cilësisë së shërbimit, rritja e ndërveprimit, gama e gjerë e shërbimeve të reja janë disa nga këto përfitime.

Digjitalizimi solli një ndryshim rrënjësor në fushën e mediave, solli një mentalitet inovativ dhe zgjidhje të sigurta.

Shikuesit në vende të ndryshme kanë qasje në teknologji të ndryshme sa i takon përmbajtjeve televizive. Diferenca varet jo vetëm nga niveli ekonomik apo zhvillimi i tregut mediatik të vendit, por bazohet gjithashtu në traditat kulturore.

Dhe Shqipëria është një nga ato vende europiane ku transmetimet tokësore zënë një pjesë të madhe të tregut audiovizivë, krahasuar me teknologjitë e tjera IPTV, Kabllor apo Satelitor. Dy rrjetet numerike të operatorit publik shqiptar dhe pesë rrjetet numerike private tashmë ofrojnë përmbajtje të ndryshme në nivel kombëtar (në standardet SD dhe HD), një gamë të gjerë shërbimesh të reja, zgjedhje shumë të pasur dhe konkurruese në krahasim me platformat e tjera.

Me kalimin në transmetime numerike numri i kanaleve kombëtare të aksesueshme për publikun shqiptar është rritur ndjeshëm. Krahasuar me tre kanalet televizive në nivel kombëtar, ku njëri kanal ofrohej nga operatori publik shqiptar (RTSH) dhe dy kanalet e tjera nga operatorët privatë, sot vetëm RTSH transmeton pa pagesë në të gjithë Shqipërinë 13 kanale televizive nga të cilët 3 janë gjeneralist dhe 10 të tjerat tematike për grupe të ndryshme shoqërore si RTSH fëmijë, RTSH sport, RTSH muzikë, RTSH film, RTSH kuvend etj.

Duke konsideruar edhe kanalet e tjera të ofruara nga operatorët privatë kombëtare dhe operatorët lokalë, në çdo qark të vendit, qytetarët shqiptarë mund të shohim mbi 30 kanale televizive pa pagesë.

Aktualisht në qarqet Tiranë, Durrës ofrohen 38 kanale pa pagesë, në qarkun Korçë ofrohen 35 kanale, në qarkun Berat 33 kanale, në qarkun Fier 32 kanale, në qarkun Vlorë 35 kanale, në qarkun Shkodër 33 kanale, në qarkun Lezhe 32 kanale dhe në qarkun Elbasan 33 kanale të lira pa pagesë. Kanë mbetur vetëm tre qarqe ku procesi i digjitalizimit ende nuk ka përfunduar, qarqet Kukës, Dibër dhe Gjirokastrë, por ndërkohë infrasktruktura numerike është prezente edhe në këto qarqe. Pra qytetarët në këto qarqe aksesojnë njëkohësisht transmetimet analoge dhe ato digjitale, është në zgjedhjen e tyre.

Finalizimi i procesit të digjitalizimit është parashikuar më 30 dhjetor 2020 me mbylljen e transmetimeve analoge edhe në këto tre qarqe, duke përmbyshur në këtë mënyrë këtë detyrim kombëtar, ndërkombëtar si dhe kërkesën në rritje të qytetarëve.

Ndërkohë që në fillim të këtij procesi njerëzit kanë qenë skeptik dhe paragjykes lidhur me atë çfarë do të ndodhte, pasi ka qenë një proces teknik i vështirë edhe për t'u kuptuar sikurse çdo risi që vjen për shkak të zhvillimeve teknologjike, me kalimin e kohës dhe pas implementimit të transmetimeve digjitale, kërkesa e qytetarëve për të finalizuar procesin ka qenë e vazhdueshme. Kjo për arsyen e thjeshtë se cilësia e transmetimit është e pakrahasueshme me transmetimet analoge dhe numri i madh i kanaleve televizive pa pagesë ofron një larmishmëri

të madhe të programeve televizive.

Tashmë mbi 80 % e popullsisë në vend kanë mundësi të aksesojnë transmetimet televizive digjitale.

Televizioni është një mjet komunikimi i rëndësishëm nëpërmjet të cilit transmetohet gjuha, kultura dhe arti i një vendi si dhe mjet i rëndësishëm informimi për shoqërinë. Në rast emergjencash apo katastrofash natyrore, televizioni është në front të parë për të transmetuar lajmin dhe për të informuar publikun. Referuar katastrofave me të cilat është përballuar vendi ynë duke filluar nga tërmetet e shtatorit dhe nëntorit 2019, si dhe pandemisë COVID-19, del qartësisht në pah se roli i televizionit është i pazëvendësueshëm. Informacioni i dhënë në mënyrë të përsëritur mbi masat mbrojtëse ndaj pandemisë kanë ndihmuar qytetarët në parandalimin e përhapjes së kësaj pandemie. Dhe teknologjia digjitale e transmetimeve tokësore është e vetmja teknologji që realizon një mbulim më të gjerë të territorit duke bërë të mundur që lajmi të shkojë në çdo derë të qytetarëve shqiptar.

Në kuadër të procesit të digjitalizimit, roli i rregullatorit ka qenë i një rëndësie të veçantë, pasi ka qenë institucioni që ka ndjekur implementimin e këtij procesi, që ka garantuar vijueshmëri të transmetimeve televizive në këtë periudhë të vështirë tranzicioni, që ka siguruar mbulim me sinjal numerik tokësor dhe cilësi transmetimi brenda standardeve ndërkombëtare.

Në mënyrë të vazhdueshme ky institucion rregullator ka koordinuar me operatorët audiovizivë në treg, ka kryer monitorime të vazhdueshme në terren, ka zhvilluar fushatën e informimit për qytetarët, ka asistuar me strukturën Call Center të ngritur prej tij për të gjithë të interesuarit, ka zhvilluar anketime nëpërmjet kësaj strukture me qëllim identifikimin e pajisjes me dekodera të qytetarëve, etj.

Vlen të përmendet, se tranzicioni në transmetimin digjital ka përfunduar në shumicën e vendeve evropiane, dhe Shqipëria është ndër vendet e vonuara në këtë proces, por ndërkohë ndryshe nga shumica e vendeve evropiane ku aktualisht vijon tranzicioni për kalimin nga teknologjia DVB-T në DVB-T2, vendi ynë bëri zgjedhjen e duhur duke implementuar që në fillim teknologjinë më të fundit DVB-T2/MPEG-4, me qëllim ofrimin e shërbimeve me cilësi të lartë transmetimi.

Ndërkohë fusha e mediave audiovizive në vendin tonë do të përballë me një tjetër sfidë të rëndësishme. Implementimi i teknologjisë 5G, teknologji e cila ofron internet me shpejtësi të lartë, kërkon lirinë e brezit të frekuencave 700 MHz i cili aktualisht është në përdorim nga operatorët privatë kombëtarë numerike (mbi 30 % e këtij brezi). Kjo do të thotë që nevojitet një planifikim i kujdesshëm dhe efektiv i spektrit të mbetur për transmetimet audiovizive me qëllim sigurimin e numrit të njëjtë të rrjeteve kombëtare numerike të cilët janë aktualisht në treg si dhe ruajtjen e kapaciteteve transmetuese të këtyre rrjeteve.

Kjo sfidë, ashtu sikurse digjitalizimi i transmetimeve audiovizive, do të kapërcehet në bashkëpunim të ngushtë me të gjitha palët e përfshira në këtë proces, institucionet, operatorët audiovizivë, shoqatat e transmetueseve televizive e më gjerë.

A=DIREKTIVA E RE E BE-SË DHE SHQIPËRIA



SARA XHUMBARI

Drejtor i Drejtorisë Juridike dhe Licencave

Cilat janë ndryshimet e miratuara në Direktivën e re të miratuar nga Parlamenti European? A janë parashikimet dhe kërkesat e kësaj direktive të parashikuara në Legjislacionin Shqiptar për Median?

Çfarë ndryshon në thelb kjo Direktivë?

Shqipëria është e detyruar të reflektojë në legjislacionin e saj Direktivën 2018/1808 (EU), në kuadër të angazhimeve që rrjedhin nga Marrëveshja e Stabilizim Asociimit, harmonizimi i legjislacionit të fushës audiovizive me “*acquis communautaire*”.

Direktiva AVMS 2010/13 “Për koordinimin e disa dispozitave të parashikuara me ligj, rregullore apo akte administrative në shtetet anëtare, lidhur me ofrimin e shërbimit të transmetimeve me zë dhe figurë” (Direktiva për Shërbimin Mediatik me Zë dhe Figurë, versioni i

kodifikuar), konkretisht Direktivën 2018/1808(EU), përmban disa ndryshime të cilat prekin të gjitha vendet e BE-së por edhe vendet candidate për të qenë pjesë e unionit.

Referuar parashikimeve të Direktivës së ndryshuar, shtetet anëtare të BE-së ngarkohen për miratimin e ndryshimeve ligjore dhe nënligjore për të qenë në pajtueshmëri me këtë akt, në shtator 2020.

Ligji nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar është tërësisht i përafuar me direktivën 2010/13/BE të Parlamentit Evropian dhe Këshillit, datë 10 mars 2010, megjithatë disa parashikime të kësaj Direktive kërkojnë të pasqyrohen në legjislacionin tonë të brendshëm.

Ndryshimet kryesore në Direktivën AVMS lidhen veçanërisht me:

- Fushën e shërbimeve të përfshira në Direktivën AVMS;
- Vendosjen e detyrimeve të ofruesve të platformave të shpërndarjes së videove;
- Rishikimin e detyrimeve për ofruesit e shërbimeve me kërkesë (VOD);
- Rishikimin e rregullave për transmetuesit audiovizive.

PLATFORMA E SHPËRNDARJES SË VIDEOVE

Platformat për shpërndarjen e videove zënë një hapësirë të konsiderueshme në Direktivën e re, jo më kot atyre u është kushtuar një kre i posaçëm ((kreu IX).

Kjo direktivë, parashikon për herë të parë funksionimin e platformës për shpërndarjen e videove, i cili është një shërbim, qëllimi kryesor i të cilit, apo funksioni thelbësor i të cilit i kushtohet sigurimit të programeve, videove të krijuara nga përdoruesit, ose të dyja, për publikun e gjerë, për të cilin ofruesi i platformës për shpërndarjen e videove nuk ka përgjegjësi editoriale, në mënyrë që të informojë, argëtojë ose edukojë me anë të rrjetit të komunikimeve elektronike.

Direktiva AVMS rendit dhjetë mjete që ofruesit e platformave për shpërndarjen e videos duhet të përdorin për të përmbushur këto kërkesa, duke përfshirë klauzolat e futura në termat dhe kushtet e shërbimit, verifikimin e moshës, kontrollin prindëror dhe duke lejuar përdoruesit të deklarojnë përmbajtje tregtare në videoklipet që ata postojnë. Shtetet Anëtare mund të miratojnë kërkesa më të rrepta për ofruesit e platformës për shpërndarjen e videove.

Shtetet anëtare do të sigurojnë që ofruesit e platformës për shpërndarjen e videove nën juridiksionin e tyre të marrin masat e duhura për të mbrojtur:

- (a) **të miturit nga programet**, videot e krijuara nga publiku dhe komunikimet audiovizive tregtare, të cilat mund të dëmtojnë zhvillimin e tyre fizik, mendor ose moral;
- (b) **publikun në përgjithësi nga programet**, videot e krijuara nga publiku dhe komunikimet audiovizive tregtare, të cilat nxisin dhunën ose urrejtjen kundrejt një grupi personash ose një anëtare të një grupi;
- (c) **publikun e gjerë nga programet**, videot e krijuara nga publiku dhe komunikimet audiovizive tregtare që kanë përmbajtje, përhapja e të cilave përbën vepër penale sipas të drejtës së Bashkimit Evropian, konkretisht, provokimin e publikut për të kryer vepra penale terroriste, vepra penale të pornografisë me të mitur dhe vepra penale që lidhen me racizmin dhe ksenofobinë.

Edhe për ofruesit e platformës së shpërndarjes së videove shtohet detyrimi si për OSHMA-të për nxitjen e vetë-rregullimit me anë të kodeve të sjelljes të Bashkimit Evropian të hartuara nga ofruesit e shërbimeve të medias, ofruesit e shërbimit të platformës për shpërndarjen e videove ose organizatat që i përfaqësojnë, në bashkëpunim, nëse është e nevojshme, me sektorë të tjerë si industria, tregtia, shoqatat dhe organizatat profesionale dhe të konsumatorëve.

TË DREJTAT E NJERIUT/TË DREJTAT E FËMJËVE/PERSONAT ME AFTËSI TË KUFIZUARA (PAK)

Direktiva e ndryshuar ka forcuar detyrimin e OSHMA-ve për respektimin dhe mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve, për mbrojtjen e dinjitetit të njeriut, të mos përmbajnë nxitje për dhunë ose urrejtje.

Shtetet anëtare do të marrin masat e duhura për të siguruar që shërbimet e medias audiovizive, të ofruara nga ofruesit e shërbimeve të medias nën juridiksionin e tyre, që mund të dëmtojnë zhvillimin fizik, mendor ose moral të të miturve do të vihen në dispozicion vetëm në atë mënyrë që siguron se të miturit normalisht nuk do t'i dëgjojnë ose shohin ato. Këto masa mund të përfshijnë përzgjedhjen e kohës së transmetimit, mjetet e verifikimit të moshës ose masa të tjera teknike. Ato duhet të jenë në proporcion të drejtë me dëmin e mundshëm të programit.

Përmbajtjet më të dëmshme, siç është dhuna dhe pornografia e ofruar falas, do t'i nënshtrohen masave më të rrepta.

Të dhënat personale të të miturve të mbledhura apo të nxjerra nga OSHMA-të, nuk do

të përpunohen për qëllime tregtare, të tilla si p.sh marketingu i drejtpërdrejtë, profilizimi etj.

Edhe për personat me aftësi të kufizuar, janë zgjeruar dhe rritur kërkesat për OSHMA-të, duke shtuar detyrimin e tyre që në mënyrë progresive t'i bëjnë shërbimet e tyre më të arritshme për këtë kategori personash përmes masave proporcionale. Të inkurajohen OSHMA-të të hartojnë plane veprimi për qasjen në shërbimet e tyre nga PAK.

Çdo shtet anëtar emëron një pikë kontakti të vetme, edhe për personat me aftësi të kufizuara, dhe në dispozicion të publikut për të ofruar informacion dhe marrjen e ankesave. Shtohet si detyrim që informacioni i urgjencës, përfshirë komunikimet publike dhe njoftimet në rast fatkeqësish natyrore, i vënë në dispozicion të publikut përmes shërbimeve të medias audiovizive, të ofrohet në mënyrë që të jetë i arritshëm nga personat me aftësi të kufizuara.

Direktiva shton disa parashikime për reklamën për pijet alkoolike, (rasti i Shqipërisë, verifikimi i kryer dhe që ka rezultuar OK), duke përcaktuar që shtetet do të inkurajojnë përdorimin e rregulloreve të përbashkëta dhe do të nxisin vetë-rregullimin përmes kodeve të sjelljes, në lidhje me komunikimet audiovizive tregtare të papërshtatshme për pijet alkoolike. Këto kode synojnë të zvogëlojnë në mënyrë të efektshme ekspozimin e të miturve ndaj komunikimeve audiovizive tregtare për pijet alkoolike.

BOX: Për monitorimin dhe vlerësimin e rasteve të shkeljeve të kërkesave ligjore për reklamën e pijeve të gazuara dhe me përmbajtje të shtuar të sheqerit, në zbatim të ligjit nr. 9518, datë 18.4.2006, "Për mbrojtjen e të miturve nga përdorimi i alkoolit", i ndryshuar, AMA vijon procesin e komunikimit me Autoritetin Kombëtar të Ushqimit, AKU. Në fokus të komunikimit është vlerësimi i atyre produkteve që reklamohen nga subjektet audiovizive dhe që janë pije të gazuara, duke marrë informacion të specializuar mbi nivelin e përmbajtjes së sheqerit në to. Duke pasur këtë informacion, AMA ndjek në mënyrë konstante përputhshmërinë ligjore në transmetimin e këtij formati të reklamave dhe komunikimeve tregtare. Duhet theksuar se nga monitorimet që janë zhvilluar gjatë vitit 2019, nuk është evidentuar ndonjë rast shkeljeje të kërkesave ligjore për pijet e gazuara dhe me përmbajtje të shtuar të sheqerit. Në fokus të vëzhgimit kanë qenë përmbajtjet e OSHMA-ve kombëtare si dhe ato rajonale e lokale. Pavarësisht kësaj, AMA vijon sistematikisht monitorimin dhe vlerësimin e përmbajtjeve audiovizive të transmetuara për këtë kategori reklamash.

Këto nisma synojnë të zvogëlojnë ekspozimin e fëmijëve ndaj komunikimeve audiovizive tregtare për ushqime kanë përmbajtje të lartë kripe, sheqeri, yndyrë, yndyra të ngopura ose acidet trans-yndyrore dhe pijet alkoolike . Ato synojnë të sigurojnë që komunikime të

tilla audiovizive tregtare të mos theksojnë cilësitë pozitive të aspekteve ushqyese të këtyre ushqimeve dhe pijeve.

Për programet e sponsorizuara përveç kufizimeve ekzistuese shtohen edhe që shërbimet ose programet e medias audiovizive nuk do të sponsorizohen nga shoqëri, veprimtaria e të cilave është prodhimi ose shitja **e cigareve elektronike dhe e mbajtësve të lëngjeve me rimbushje**. (ky kufizim nuk është në ligjin aktual)

Po ashtu, u lihet hapësirë shteteve anëtare që të mund të ndalojnë sponsorizimin e programeve për fëmijë. Shtetet anëtare mund të zgjedhin të ndalojnë shfaqjen e logos së një sponsorizimi gjatë programeve për fëmijë, dokumentarëve dhe programeve fetare.

Direktiva ka rishikuar detyrimet e Vendorsjes së Produktit (neni 11). Kështu vendosja e produkteve do të lejohet në të gjitha shërbimet e medias audiovizive, me përjashtim të programeve të lajmeve dhe çështjeve aktuale, programeve për çështjet e konsumatorit, programeve fetare dhe programeve për fëmijë. Edhe në këtë dispozitë shtohet kufizimi për cigaret elektronike.

EDUKIMI MEDIATIK

Në Direktivën e re, AVMS, trajtohet edhe edukimi mediatik duke parashikuar në nenin 33, që shtetet anëtare do të promovojnë dhe marrin masa për zhvillimin e edukimit në fushën e mediave.

Direktiva, parashikon që shtetet anëtare do të sigurojnë që ofruesit e platformës për shpërndarjen e videove nën juridiksionin e tyre të ofrojnë masa dhe mjete efektive për edukimin e medias dhe rritjen e ndërgjegjësimit të përdoruesve për këto masa dhe mjete.

RREGULLORET E PËRBASHKËTA DHE NXITJA E VETËRREGULLIMIT

Në direktivë përcaktohet se shtetet anëtare do të inkurajojnë përdorimin e rregulloreve të përbashkëta dhe do të nxisin vetë-rregullimin përmes kodeve të sjelljes, të miratuara në nivel kombëtar, në fushat e koordinuara nga kjo Direktivë, deri në masën e lejuar nga rendet e tyre juridike.

Këto kode duhet:

- (a) të jenë të konceptuar në mënyrë që të pranohen gjerësisht nga palët e interesit në shtetet anëtare;
- (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.

Shtetet anëtare dhe Komisioni mund të nxisin vetë-rregullimin me anë të kodeve të sjelljes të Bashkimit të hartuara nga ofruesit e shërbimeve të medias, ofruesit e shërbimit të platformës për shpërndarjen e videove ose organizatat që i përfaqësojnë, në bashkëpunim, nëse është e nevojshme, me sektorë të tjerë si industria, tregtia, shoqatat dhe organizatat profesionale dhe të konsumatorëve.

Shtetet anëtare ruajnë të drejtën t'ju kërkojnë ofruesve të shërbimeve të medias nën juridiksionin e tyre që të respektojnë rregulla më të hollësishme ose më të ashpra në përputhje me këtë Direktivë.

JURIDIKSIONI/ PERSPEKTIVA NDËRKUFITARE

Lidhur me juridiksionin (neni 5) janë shtuar parashikimet, si më poshtë:

Në termat e juridiksionit, Direktiva e AVMS nuk paraqet ndonjë ndryshim thelbësor. Ajo ruan parimin e vendit të origjinës, që do të thotë se ofruesit e shërbimeve mediatike do t'i nënshtrohen juridiksionit të një shteti të vetëm anëtar. Përcaktimi i juridiksionit do të vazhdojë të bazohet në të njëjtat kritere, veçanërisht në vendndodhjen e zyrës qendrore të ofruesit të shërbimit dhe vendin ku janë marrë vendimet editoriale. Nëse ato gjenden në shtete të ndryshme anëtare ose jashtë BE-së, do të merren parasysh kritere të mëtejshme. Kritere të tilla përfshijnë vendndodhjen e një pjese të rëndësishme të fuqisë punëtore të ofruesit të shërbimit.

Direktiva e AVMS sqaron dy çështje thelbësore. Së pari, përcakton se çfarë është një "vendim editorial", duke e përshkruar atë si *"një vendim i cili merret rregullisht me qëllim të ushtrimit të përgjegjësisë editoriale dhe i lidhur me funksionimin ditor të shërbimit të mediave audiovizuale"*. Së dyti, *"një pjesë e konsiderueshme e fuqisë punëtore"* i referohet *"stafit të përfshirë në shërbime të lidhura me programin"*. Këto dy elemente mund të jenë vendimtare në raste të dyshimta në lidhje me juridiksionin.

Direktiva AVMS parashikon rastet kur Shtetet Anëtare mund të të kufizojnë përkohësisht ritransmetimin e një shërbimi mediatik. Sipas direktivës shtetet anëtare sigurojnë lirinë e marrjes dhe nuk kufizojnë, në territorin e tyre, ritransmetimin e shërbimeve të mediave audiovizive nga shtetet e tjera anëtare për arsye që lidhen me sektorë të koordinuar nga kjo Direktivë. Por në këto dispozita parashikohet procedura e bashkëpunimit mes shteteve anëtare në rast të kufizimit të ritransmetimit të një shërbimi mediatik. (p.sh. kur subjekti

përbën rrezik të rëndë e serioz ndaj shëndetit publik, sigurisë publike, dhe kombëtare. Sidoqoftë, Direktiva e AVMS parashikon edhe rregullat procedurale, në mënyrë që masat të jenë proporcionale në raport me shkeljen)

TRANSPARENCA E PRONËSISË SË MEDIAS

Në direktivën e ndryshuar përcaktohet që duhet të ketë më shumë transparencë lidhur me pronësinë e ofruesve të shërbimit mediatik audioviziv (OSHMA).

Në direktivë është parashikuar që ofruesit e shërbimeve të medias duhet të ofrojnë për publikun, informacionin e mëposhtëm:

- Emrin e tij;
- Adresën ku është themeluar;
- Posta elektronike/ faqe web etj.
- Shteti anëtar që ka juridiksionin mbi të dhe autoritetin ose organet rregullatore/ organet mbikëqyrëse.

Shteteve po ashtu u lihet e drejta që të miratojnë me ligj edhe masa të tjera, duke përcaktuar që përveç të dhënave të mësipërme, ofruesit e shërbimeve të medias të bëjnë publike edhe informacionin në lidhje me strukturën e tyre të pronësisë.



NDRYSHIMET NË KOMUNIKIMET ME NATYRË TREGTARE

Direktiva AVMS u jep transmetuesve fleksibilitet më të madh dhe u lejon atyre të vendosin për kohën e reklamimit. Ai përcakton që pjesa e reklamave televizive dhe spoteve të teleshtitjes midis orës 06.00 deri në ora 18.00 dhe midis orës 18:00 dhe 24.00 nuk mund të kalojë 20% të kohës totale të transmetimit në këtë hark kohor.

Direktiva AVMS parashikon që çdo legjislacion kombëtar që shkon në drejtim të kundërt do të ishte në kundërshtim me trendin e përgjithshëm që mbizotëron në BE.

PROMOVIMI I VEPRAVE EVROPIANE

Neni 13 i AVMS parashikon që shtetet anëtare do të sigurojnë që ofruesit e shërbimeve të medias me kërkesë nën juridiksionin e tyre, të garantojnë që në katalogët e tyre të kenë të paktën 30% të tregut të veprave evropiane dhe që ato të jenë të dukshme.

Shteteve anëtare të cilave u drejtohet një shërbim audioviziv, me ndryshimet e reja u lejohet të vendosin detyrimin për të dhënë kontribute financiare për prodhimin e veprave evropiane.

Në rast se shtetet anëtare kërkojnë që ofruesit e shërbimeve të medias nën juridiksionin e tyre të kontribuojnë financiarisht në prodhimin e veprave evropiane, përfshirë investimet e drejtpërdrejta në përmbytje dhe kontribut në fondet kombëtare, mund të kërkojnë gjithashtu që edhe ofruesit e shërbimeve të medias që synojnë publikun në territoret e tyre, por që janë themeluar në Shtete të tjera Anëtare, të japin kësi kontributesh financiare, të cilat duhet të jenë proporcionale dhe jo diskriminuese.

Këto ndryshime, në legjislacionin tonë kërkojnë rishikimin e nenit 77 të ligjit nr. 97/2013. Promovimi i prodhimit të veprave evropiane nga shërbimet mediatike audio dhe/ose audiovizive në bazë të kërkesës së përdoruesit.

Saktësohet neni 19, si më poshtë: Spotet e izoluara të reklamave televizive dhe teleshtitjes janë të lejuara në ngjarjet sportive. Spotet e izoluara të reklamave televizive dhe teleshtitjes, përveçse kur vendosen në transmetimet e ngjarjeve sportive, përbëjnë përjashtim. Neni 20 programet për fëmijë ndërpriten vetëm për reklama jo teleshtitje si ka qenë më parë.

Në tërësi ligji 93/2013 është i përshtatur me parashikimet e kësaj Direktive, ndonëse nene të caktuara që nuk e prekin thelbin e ligjit tonë kërkojnë të ndryshohen..

STAFI I AMA-S



Gentian SALA - Kryetar i Autoritetit të Mediave Audiovizive



Sami NEZAJ - Zëvendës Kryetar



Vera BUSHATI
Sekretar i Përgjithshëm



Albana STAFI
Drejtor Kabineti



Ervin CELAJ
Drejtor i Drejtorisë
së Mbikëqyrjes



Drejtoria e Programeve



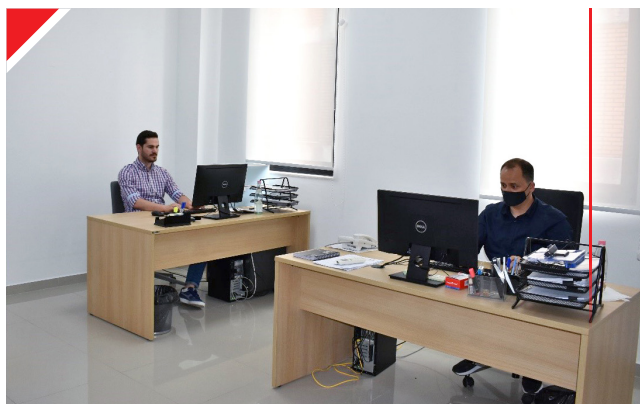
Drejtoria e Programeve



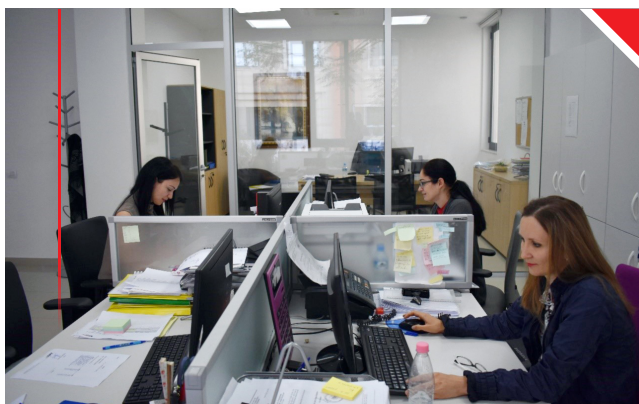
Drejtoria e Planifikimit
të Frekuencave dhe TIK



Drejtoria Juridike



Drejtoria Juridike



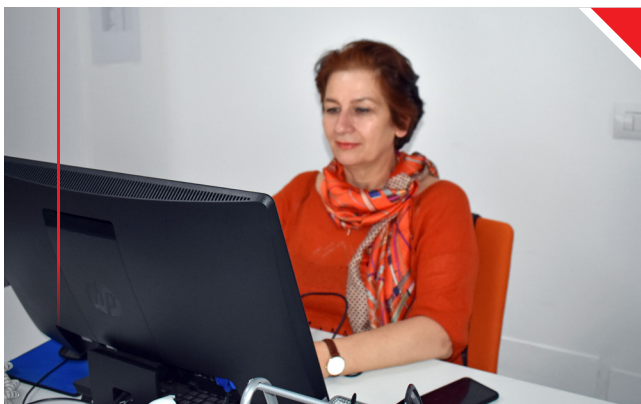
Drejtoria e Shërbimeve
të Brendshme



Sektori i Inspektimeve



Sektori i
Marrëdhënieve
me Jashtë



Sektori i Monitorimit
dhe Arkivës



Sektori i Monitorimit
dhe Arkivës



Zyra e
Protokoll Arkivit

FOTOGALERI E AKTIVITETEVE DHE BASHKËPUNIMEVE TË AUTORITETIT TË MEDIAS AUDIOVIZIVE GJATË VITIT 2020



Promovimi i botimeve studimore “Tregu i Medias Audiovizive, Sjelljet e Audiençave dhe Kuadri Rregullator” dhe “Oferta Programore e Transmetuesve Televizivë Shqiptarë” (31.01.2020)

Promovimi i botimeve studimore “Tregu i Medias Audiovizive, Sjelljet e Audiençave dhe Kuadri Rregullator” dhe “Oferta Programore e Transmetuesve Televizivë Shqiptarë” (31.01.2020)





Dita Ndërkombëtare
e Radios (13.02.2020)



Dita Ndërkombëtare
e Radios (13.02.2020)



Dita Ndërkombëtare
e Radios (13.02.2020)



Tryezë diskutimi, me temë “Digjitalizimi në qarqet Shkodër, Lezhë, Elbasan dhe Vlorë” (24.02.2020)



Tryezë diskutimi, me temë “Digjitalizimi në qarqet Shkodër, Lezhë, Elbasan dhe Vlorë” (24.02.2020)



Tryezë diskutimi, me temë “Digjitalizimi në qarqet Shkodër, Lezhë, Elbasan dhe Vlorë” (24.02.2020)



AMA i bashkohet
programit të Kryqit
të Kuq Shqiptar për
dhurimin vullnetar të
gjakut (28.02.2020)



AMA i bashkohet
programit të Kryqit
të Kuq Shqiptar për
dhurimin vullnetar të
gjakut (28.02.2020)



AMA i bashkohet
programit të Kryqit
të Kuq Shqiptar për
dhurimin vullnetar të
gjakut (28.02.2020)



AMA organizon tryezën
“E Drejta e Autorit në
transmetimet audio
dhe audiovizive”
04.03.2020)

AMA organizon tryezën
“E Drejta e Autorit në
transmetimet audio
dhe audiovizive”
04.03.2020)

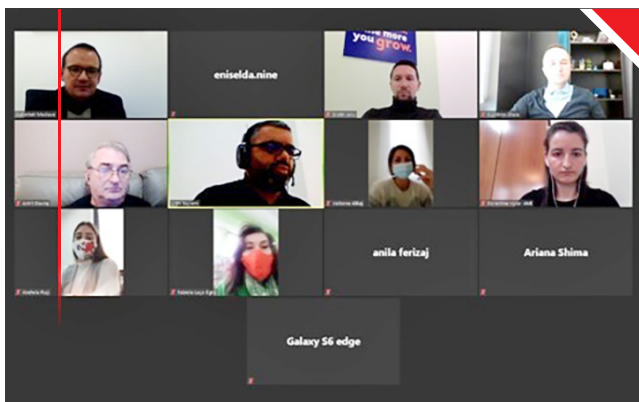
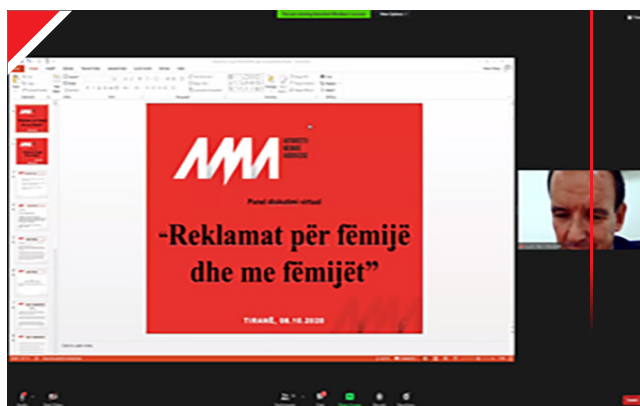


AMA organizon tryezën
“E Drejta e Autorit në
transmetimet audio
dhe audiovizive”
04.03.2020)



Certifikatë Mirënjohje
AMA-Komisioni i
Pavarur i Medias
(25.09.2020)

Takim virtual me
temë “Reklamat për
fëmijët dhe me fëmijët”
(06.10.2020)



Takim virtual me
temë “Reklamat për
fëmijët dhe me fëmijët”
(06.10.2020)



Takimi mes
përfaqësuesve
të Shoqatave të
Gazetarëve dhe
Inspektoratit Shtetëror
të Punës (29.09.2020)



Problematicat e
operatorëve mbi
procesin e digjitalizimit
(12.10.2020)



Problematicat e
operatorëve mbi
procesin e digjitalizimit
(12.10.2020)



Delegacioni i
AMA-s në Kuvendin e
Republikës së Kosovës
(12.10.2020)



Delegacioni i
AMA-s në Kuvendin e
Republikës së Kosovës
(12.10.2020)



Delegacioni i
AMA-s në Kuvendin e
Republikës së Kosovës
(12.10.2020)



Kryetari i Autoritetit të
Mediave Audiovizive
takon Ministrin e
Informatikës dhe
Administratës së
Maqedonisë së Veriut
(03.11.2020)



Kryetari i Autoritetit të
Mediave Audiovizive
takon Ministrin e
Informatikës dhe
Administratës së
Maqedonisë së Veriut
(03.11.2020)



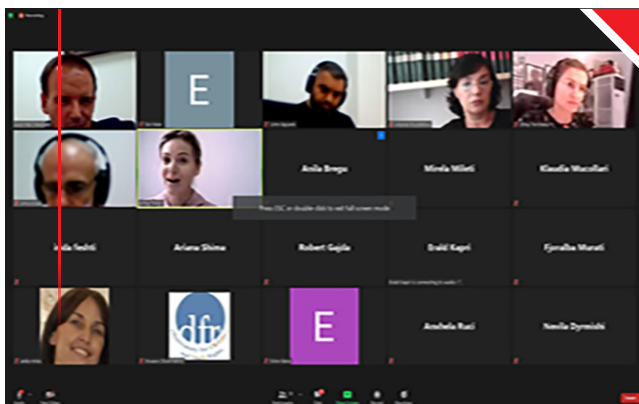
Kryetari i Autoritetit të
Mediave Audiovizive
takon Ministrin e
Informatikës dhe
Administratës së
Maqedonisë së Veriut
(03.11.2020)



Konferencë - Cilësia e lajmeve televizive të transmetuesëve televizivë shqiptarë (26.10.2020)



Konferencë - Cilësia e lajmeve televizive të transmetuesëve televizivë shqiptarë (26.10.2020)



Tryezë diskutimi virtual me temë "Fëmijët dhe shprehitë e edukimit mediatik" (17.12.2020)



Autoriteti i Mediave
Audiovizive dhe
Komisioneri për
Mbrojtje nga
Diskriminimi
nënshkruajnë
Memorandum
Mirëkuptimi
(23.11.2020)

Autoriteti i Mediave
Audiovizive dhe
Komisioneri për
Mbrojtje nga
Diskriminimi
nënshkruajnë
Memorandum
Mirëkuptimi
(23.11.2020)





Adresa: Rruga "Papa Gjon Pali II", Nr. 15, Kutia Postare 1010, Tiranë.

Cel: +355 67 303 3000

e-mail: Info@ama.gov.al

www.ama.gov.al