



AUTORITETI I
MEDIAVE
AUDIOVIZIVE



**REVISTË
AUTORITETI
I MEDIAVE
AUDIOVIZIVE**

TIRANË, NËNTOR 2016

PËRMBAJTJA

STANDARDI I RI I KOMUNIKIMIT

Sami Neza, Nënkyetar

4

FOKUS - RREGULLIMI I SEKTORIT AUDIOVIZIV

Evgjeni Bashari, Drejtor, Drejtorja Juridike dhe Licencave

6

FOKUS - RESPEKTIMI I TE DREJTAVE TE TRANSMETIMIT DHE ROLI AMA-S NE PARANDALIMIN E PIRATERISE

Enkelejd Lamaj, Drejtor, Drejtorja e Mbikëqyrjes

10

FUSHATA E INFORMIMIT PËR DIGJITALIZIMIN

14

AMA MBI MBROJTJEN E TË DHËNAVE PERSONALE DHE TË DREJTAVE TË FËMIJËVE NË TRANSMETIMET AUDIOVIZIVE

Monika Stafa, Kryetar, Këshilli i Ankesave

22

SHQYRTIME ANALITIKE MBI REKLAMAT DHE KOMUNIKIMET TREGTARE AUDIOVIZIVE

Arben Muka, Drejtor, Drejtorja e Programacionit

28

ROLI I AMA-S, NË PËRCAKTIMIN E TARIFËS MUJORE PËR MBËSHTETJEN E OPERATORËVE PRIVATË VENDORË NË RRJETIN NUMERIK TË RTSH-SË

32

MENAXHIMI I BURIMEVE, RITJIA E KAPACITETEVE DHE IMAZHIT INSTITUCIONAL

34

PARTNERITETI NDËRKOMBËTAR

40



**REVISTË
AUTORITETI
I MEDIAVE
AUDIOVIZIVE**

TIRANË, NËNTOR 2016

STANDARDI I RI I KOMUNIKIMIT



SAMI NEZA
Nënkryetar, Autoriteti i Mediave Audiovizive

Rregullatori i mediave audiovizive, prej disa muajsh, ka dalë nga rutina burokratike duke u kthyer në një institucion tashmë konfident me të gjithë qytetarët, përdoruesit e programeve audiovizive në vend, përmes një strategjie komunikimi e cila synon ta bëjë të qartë dhe lehtësisht të përdorshëm transmetimin e programeve digjitale.

Fushata e komunikimit është një prej detyrave që ka lënë strategjia kombëtare e kalimit të transmetimeve nga analog në digjital dhe, po ashtu, buron nga detyrat që ligji për mediat audiovizive i ngarkon rregullatorit. Por projektimi i zbatimit të kësaj strategjie është një krijim i drejtuesve dhe ekspertëve të Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA).

Përmes transmetimit të spoteve që vënë në dijeni qytetarët për ndryshimin që pritet të ndodhë në transmetim është bërë e mundur që audiencia televizive në vend të jetë tashmë e informuar lidhur me aksionin e madh të AMA-s për mbylljen e transmetimeve tokësore në të gjithë vendin dhe kalimin e tyre në transmetimet digjitale.

Ndërkaq, një numër ciklesh informuese përmes bisedave televizive, në orare të diversifikuara, me audiencia të ndryshme, transmetohen çdo javë për një periudhë kohore më shumë se dy muaj. Grupe specialistësh apo drejtuesish të AMA-s janë të përfshirë në biseda të lira në studiot televizive përmes të cilave qytetarët marrin njohuri të përgjithshme mbi digjitalizimin. Në vijim të këtyre “kuvendeve” me qytetarët ata mësojnë rreth përparësive të transmetimeve digjitale, përdorimit të gjithanshëm të programeve dhe shërbimeve si dhe mundësitë e mëdha që ka kjo teknologji për aplikime të reja në të ardhmen përmes të cilave do të pasurohen edhe më mirë shijet dhe interesat e shikuesve.

Ky lloj komunikimi nuk mbetet brenda temës së caktuar. Në fakt, krijohet një lidhje mes qytetarëve dhe rregullatorit, të cilit ligji i ngarkon detyrën e mbrojtjes së interesave të

qytetarit në raport me programet televizive. Njerëzit kanë filluar të mësojnë dhe dëgjojnë për AMA-n si për një institucion që lidhet drejtpërsëdrejti me ta, çdo ditë. Është zvogëluar deri në limit distanca e mëhershme e një institucioni rregullator, duke demokratizuar funksionimin e vet dhe duke u bërë i dukshëm dhe i prekshëm për publikun.

Me këtë rast, përmes fushatës së komunikimit për transmetimet digjitale AMA ia ka dalë të vjelë produkte shtesë, si promovimin e vetë rregullatorit tek publiku por edhe mediat audiovizive. Ky lloj promovimi që vjen si rezultat i prezantimit të digjitalizimit bëhet edhe efektiv për shkak se i ofrohet audiencës me një arritje konkrete siç është digjitalizimi i transmetimeve.



Anëtarët e Autoritetit të Mediave Audiovizive

Qytetarët, duke njohur institucionin, mund t'i drejtohen atij për problemet që ata hasin në fushat që mbulohen nga rregullatori dhe diktohen prej ligjit organik të këtij institucioni.

E rëndësishme është që AMA të konsiderojë këtë njohje në funksion të publikut, të programeve audiovizive, pra si një shërbim të konsoliduar të rregullatorit për të zbatuar ligjin e transmetimeve audiovizive por, ndërkohë, të konsiderojë edhe përmirësimin e punës së tij, përmes syve të publikut dhe grupeve të interesit.

Njohja dhe komunikimi me publikun, në një përmasë tjetër, kërkon forcimin me kapacitete të institucionit për të përpunuar dhe dhënë përgjigje shumë problemeve që janë në terren në lidhje me transmetimet audiovizive siç janë ato që lidhen me transmetimet e reklamave, piraterinë, sigurimin e ligjshmërisë së transaksioneve në tregun audioviziv, përmbylljen e kalimit të plotë në frekuenca digjitale përmes garave të reja për platformat ende të lira, si dhe respektimin e kodit të etikës në mediat audiovizive duke ruajtur ndërkohë standardet e informimit të drejtë, të lirë dhe të pavarur të informacionit.

FOKUS

RREGULLIMI I SEKTORIT TË SHËRBIMIT AUDIO DHE AUDIOVIZIV



EVGJËNI BASHARI
Drejtor, Drejtoria Juridike dhe Licencave

Në forcimin e rolit të tij rregullator Autoriteti ka përqendruar vëmendjen e tij në gjetjen e mënyrave efikase që rrisin zbatueshmërinë e ligjit nga ana e operatorëve audiovizivë. Hapja e një dialogu transparent dhe konstruktiv me OSHMA-të, me fokus bashkëpunimin e të gjithë aktorëve të interesuar në ngritjen e një mjedisi rregullator, ku garantohet konkurrenca dhe veprimtaria e lirë, ka qenë një nga metodat efikase të përdorura nga Autoriteti në rritje të zbatueshmërisë së ligjit.

Fakt i rëndësishëm është se AMA ka miratuar aktet normative të cilat përcaktojnë kuadrin e organizimit dhe funksionimit të vetë autoritetit. Kështu, janë miratuar: Rregullore mbi Autoritetin e Mediave Audiovizive; Kodi i Sjelljes së Anëtarëve të AMA-s, si dhe Kodi i Etikës së Administratës së AMA-s.

Në këto akte nënligjore parashikohen parimet bazë, të cilat duhet të respektohet si nga anëtarët e AMA-s, ashtu dhe nga administrata e institucionit. Këto parime shërbejnë si gurë themeli në ushtrimin e funksioneve si ent rregullator me profesionalizëm dhe transparencë në procesin vendimarrës:

- Parimi i ligjshmërisë;
- Parimi i parandalimit dhe shmangies së konfliktit të interesave;
- Parimi i paanësisë politike;
- Parimi i paanësisë dhe pavarësisë profesionale;
- Parimi i ndershmërisë;
- Parimi i respektimit të procesit të rregullt ligjor;
- Parimi i respektimit të normave të sjelljes qytetare;
- Parimi i përdorimit racional të mjeteve financiare;
- Parimi i transparencës;
- Parimi barazisë dhe i mosdiskriminimit;
- Marrja e çdo masë të nevojshme për të evituar veprime korruptive në veprimtarinë e institucionit.

Gjithashtu, në këto akte nënligjore, përcaktohet me hollësi mënyra e thirrjes së mbledhjes së AMA-s, duke u vendosur detyrimi i mbledhjes jo më pak se njëherë në muaj, të drejtat dhe detyrimet e Kryetarit dhe anëtarëve, si dhe procesi i vendimmarrjes; vlefshmëria e vendimeve lidhur me dhënien/heqjen e licencave e autorizimeve për operatorët apo shqyrtimi i sanksioneve për shkeljet e konstatuara në fushën e mediave.

Në lidhje me procesin e licencimit të operatorëve audio dhe audiovizivë, AMA ka miratuar së fundmi **“Rregulloren për procedurat dhe kriteret për dhënien e licencës së transmetimit audio”**, në të cilën janë përcaktuar procedurat që duhet të ndiqen si nga Autoriteti, ashtu dhe nga operatorët për të marrë, rinovuar një licencë në fushën e transmetimeve audio; kriteret ligjore, financiare, programore dhe organizative të nevojshme për t’u plotësuar nga operatorët të cilët dëshirojnë të veprojnë në fushën e shërbimit audio.

Në këtë rregullore për t'u evidentuar është fakti se AMA, në vlerësim të sugjerimeve dhe komenteve të ardhura nga konsultimi publik nga palët e interesuara mbi afatet e licencave audio, ka vendosur zgjatjen e kohës së licencave nga 3 vjet në 5 vjet për licencat analoge të transmetimit.

Për më tepër, AMA, në përmbushje të kërkesave të nenit 58 të ligjit nr.97/2013, mbi licencimin e shërbimeve të transmetimit audio të komunitetit, ka miratuar "Rregulloren për dhënie e licencave të transmetimit audio të komunitetit".

Kjo rregullore është një risi në fushën e licencimit për aq sa për herë të parë është parashikuar mundësia që komunitetet fetare dhe jo fetare të njohura në Shqipëri të kenë mundësinë për të ushtruar të drejtën e tyre të fjalës dhe të informimit nëpërmjet një mjeti të rëndësishëm komunikimi si transmetimi audio. Tashmë komunitetet kanë të drejtën që të kenë radion e tyre, ku transmetimet ofrohen për zhvillimin social dhe përmbushjen e interesave të komunitetit; reflektojnë nevojat kulturore, shoqërore, dhe ofrojnë programe në përputhje me interesat e komunitetit që i shërbejnë.

Licenca e transmetimit audio të komunitetit lëshohet për:

- Komunitetin e organizuar dhe të regjistruar në formën e kërkuar ligjore ;
- Bashkësinë fetare të organizuar dhe të regjistruar në formën e kërkuar ligjore ;
- Personat juridikë të krijuar prej komuniteteve fetare, institucione me struktura të organizuara dhe regjistruara në formën e kërkuar ligjore, me karakter fetar ose jofetar ;

Numri i licencave përcaktohet në bazë të planit të frekuencave, ku

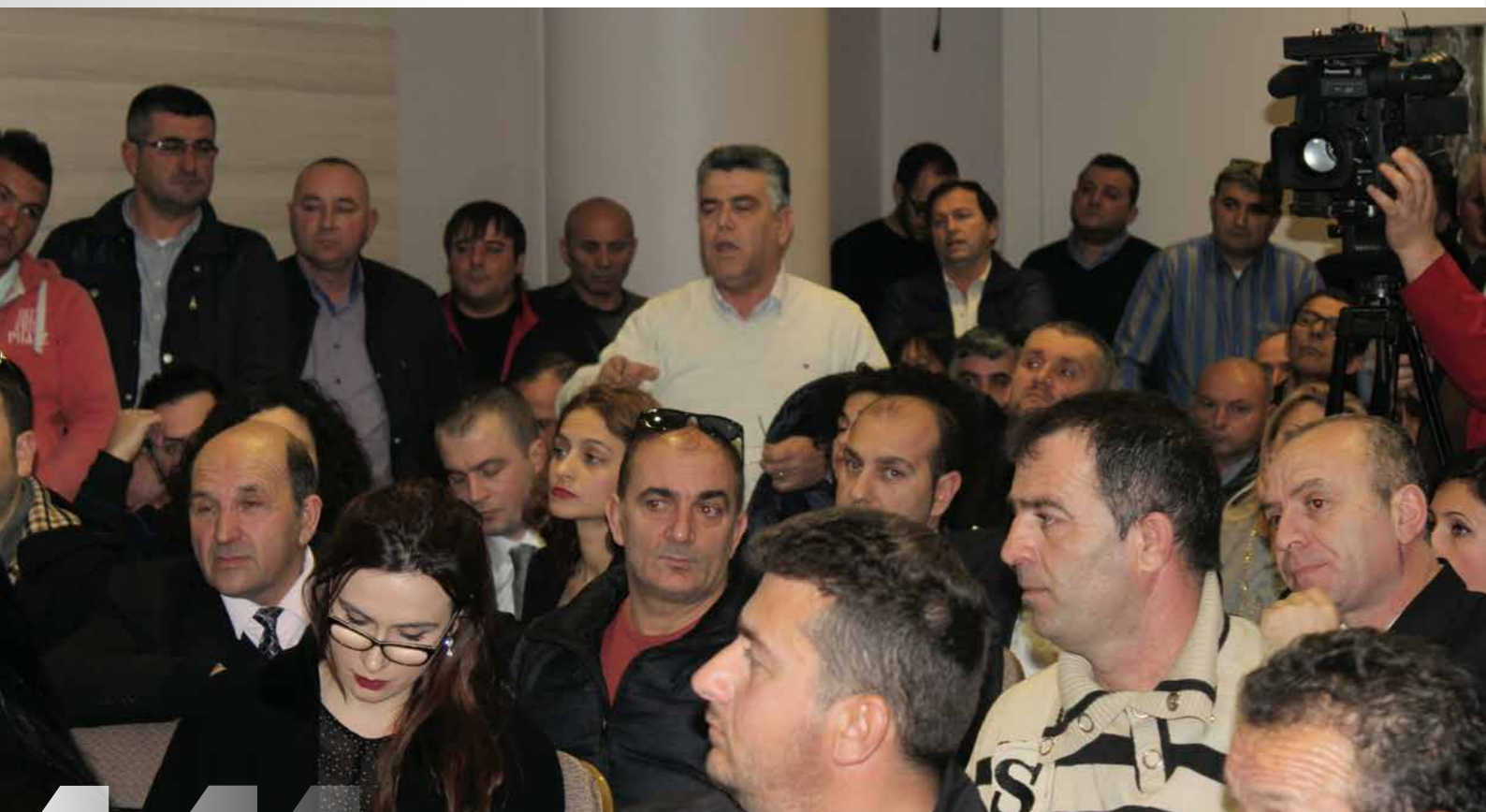
evidentohen frekuencat e lira në shërbim të transmetimeve për komunitetin, në përfundim të procesit të konkurimit, i cili udhëhiqet nga parimi i transparencës dhe mosdiskriminimit. Licenca jepet për një zonë mbulimi të kufizuar.

Gjithashtu, AMA, me qëllim përcaktimin e llojit dhe tipologjive të informacioneve, mesazheve dhe njoftimeve që konsiderohen se paraqesin interes të lartë për publikun e gjerë, si dhe të drejtave dhe detyrimeve të OSHMA-ve në kuadër të përmbushjes së detyrimit ligjor të transmetimit pa shpërblim të informacionit me interes të lartë, si dhe të gjithë palëve të interesuara

në publikimin e mesazheve të tilla, ka miratuar "**Rregulloren për transmetimin pa shpërblim të informacioneve, mesazheve dhe njoftimeve me interes të lartë për publikun e gjerë**". Në bazë të rregullores konsiderohen informacione, mesazhe dhe njoftime me interes të lartë për publikun e gjerë, që emetohen nga OSHMA-të pa shpërblim, ato, përmbajtja e të cilave synon të rrisë ndërgjegjësimin dhe informimin e qytetarëve, të ndryshojnë qëndrimet dhe sjelljet e tyre në çështje me ndjeshmëri sociale, si dhe që lidhen drejtpërdrejtë me mbrojtjen e shëndetit, fatkeqësitë natyrore dhe njerëzore, rendin publik dhe sigurinë kombëtare.



RESPEKTIMI I TË DREJTAVE TË TRANSMETIMIT DHE ROLI I AMA-S NË PARANDALIMIN E PIRATERISË



ENKELEJD LAMAJ
Drejtör, Drejtoria e Mbikëqyrjes

Duke pasur parasysh se sektori audioviziv ndodhet në sfidat e tij të mëdha për pavarësi dhe efikasitet cilësorë editoriale, ndikuar edhe nga zhvillimet e teknologjive të reja, AMA në përmbushje të funksioneve dhe detyrimeve ligjore të natyrës mbikëqyrëse dhe vendimmarrëse, synon që veprimtaria audio dhe/ose audiovizive:

- të mos cenojë rendin kushtetues, sovranitetin dhe integritetin kombëtar;
- të garantojë të drejtën e çdo shtetasi për të marrë shërbime të transmetimeve audio dhe/ose audiovizive, të ofruara për publikun nga operatorët e shërbimeve audiovizive;
- të garantohet nga konkurrenca e ndershme;

Respektimi i të drejtave të transmetimit dhe atyre të autorit mbetet një prej sfidave kryesore të AMA-s. Fenomeni i piraterisë është mjaft i përhapur, kjo edhe për faktin se, deri para dy vjetësh, AMA ka luajtur një rol shumë të dobët në luftën ndaj saj. Ky fakt dhe, në mënyrë të veçantë, mosrespektimi me rigorozitet i parashikimeve ligjore përkatëse gjatë kësaj periudhe, ka stimuluar subjektet që të piratojnë dhe të transmetojnë programe dhe kanale pa asnjë të drejtë transmetimi. Por prej vitit 2015 AMA ka filluar marrjen e masave dhe ka kryer inspektime dhe kontrollë të vazhdueshme të veprimtarisë

audiovizive të subjekteve ofrues të shërbimeve mediatike audiovizive ku veprimtaria mbikëqyrëse është fokusuar në:

- Përmirësimin e rolit mbikëqyrës/rregullator;
- Rritjen e impaktit të ligjit dhe performancës;
- Mbikëqyrjen e shfrytëzimit të spektrit të frekuencave;
- Garantimin e të drejtës së shtetasve për të marrë shërbime cilësore të transmetimeve audio dhe/ose audiovizive;
- Monitorimin e tërësisë së programeve të transmetuara nga subjektet OSHMA;
- Uljen e fenomenit të piraterisë;

Gjatë vitit 2015 janë vendosur mbi 60 sanksione me gjobë ndaj subjekteve ofrues të shërbimeve mediatike. Kurse gjatë vitit 2016, deri tani, janë bërë mbi 100 inspektime, në përfundim të të cilave janë konstatuar plot 33 raste të shkeljeve të të drejtave të transmetimit, për të cilat janë marrë edhe masat përkatëse të ndëshkimit me gjobë.

Mbikëqyrja (monitorimi dhe inspektimi) e aktivitetit audio dhe audioviziv ka përfshirë të gjitha subjektet e ndarë sipas mënyrës së transmetimit si subjektet përsëritës të programit audioviziv të të tretëve, subjektet ofrues të shërbimit audio dhe tv që shfrytëzojnë frekuencat brenda brezit të frekuencave që administrohet nga AMA si dhe subjektet ofrues të shërbimeve audioviziv të mbështetur në rrjetin online (internet, iptv/ott).

Qëllimi i përgjithshëm është rritja e respektimit të kërkesave ligjore në fushën e mediave audiovizive, në drejtim të të drejtave të transmetimit, të drejtave të autorit dhe të drejtave të tjera të lidhura me to. Fenomeni më shqetësues në fushën e transmetimeve radiotelevizive, pirateria dhe mosrespektimi i të drejtës së autorit, është edhe më i theksuar ndër operatorët kabllorë dhe operatorët analogë lokalë dhe, për këtë arsye, aktiviteti mbikëqyrës është përqendruar kryesisht në këta operatorë.

subjekte janë duke u marrë të gjitha masat përkatëse, sipas parashikimeve ligjore, për ndëshkimin me masa administrative, deri në heqjen e autorizimit, apo licencës së ushtrimit të aktivitetit audioviziv.

Një tjetër fenomen i vërejtur në fushën e transmetimeve audiovizive nga subjektet përsëritës të programit audioviziv të tretëve (subjektet kabllorë, iptv, ott, satelitorë, etj) është mosrespektimi i listës së kanaleve që u ofrojnë abonentëve të



Nga programet që piratoohen më së shumti janë ato që bëjnë emetimin (transmetimin) e filmave, pa të drejta, të programeve kombëtare, si dhe të eventeve sportive, ndeshjet e futbollit të kampionateve kryesore të Evropës, apo ato të organizuara nga UEFA apo FIFA për kampionatin Evropian dhe atë botëror.

Pavarësisht masave të marra, disa subjekte vijojnë me piratimin. Në lidhje me këto

tyre. Shumë abonentë të subjekteve të ndryshëm ankohen se lista e kanaleve, për të cilat janë abonuar te një subjekt, ndryshon vazhdimisht, pa asnjë njoftim paraprak dhe pa miratimin e abonentit.

Një prej problemeve kryesore, në këtë rast, është edhe neglizhenca dhe indiferenca e vetë abonentëve, të cilët në çastin e abonimit apo të rinovimit të tij, nuk nënshkruajnë një kontratë të mirëfilltë me subjektin përkatës, ose nënshkruajnë thjesht formalisht,



pa u njohur dhe pa marrë më parë, nga subjekti ofrues i shërbimit, listën e plotë të kanaleve për të cilën paguajnë. Në këtë mënyrë, ata e kanë të vështirë që të identifikojnë të drejtën e tyre, për rrjedhojë edhe ta mbrojnë atë.

Duhet theksuar se ndryshimi i vazhdueshëm i programeve (kanaleve) që u ofrohen abonentëve, nuk mund të jetë plotësisht në diskrecion të ofruesit të shërbimit mediatic, aq më tepër kur kjo bëhet pa një njoftim paraprak dhe në mënyrë të pajusifikuar.

Së fundmi, theksohet se prej fillimit të vitit 2015 e deri më sot është bërë ndalimi dhe mbyllja e mbi 15 subjekteve që ushtronin aktivitet të paautorizuar nga AMA. Ndaj këtyre subjekteve është bërë edhe sekuestrimi i pajisjeve audiovizive transmetuese, që përdoren për aktivitetin e paligjshëm.

Gjatë vitit 2016 vijon monitorimi i plotë i brezit të frekuencave dhënë në përdorim

subjekteve që ofrojnë shërbime audio dhe/ose audiovizive. Paralelisht, parashikohet një inspektim i plotë i të gjithë territorit të vendit me qëllim identifikimin dhe mbylljen e aktiviteteve audio dhe/ose audiovizive të palicencuara/paautorizuara nga AMA.



FUSHATA E INFORMIMIT PËR DIGJITALIZIMIN



Shumë shpejt edhe vendi ynë pritet që të kalojë në transmetime tërësisht numerike. Është shumë e rëndësishme që publiku të informohet në kohë dhe tërësisht mbi çfarë po ndodh me procesin dhe punën e AMA-s, duke u mbështetur edhe te Strategjia e Kalimit nga Transmetimet Analoge në Transmetimet Numerike. Objektivi i përbashkët i gjithë fushatës së informimit mbi procesin e digjitalizimit është njohja dhe zbatimi i procesit të digjitalizimit nga operatorët audiovizivë, si edhe përmbushja e kriterëve juridike e kërkesave teknike brenda afateve ligjore.

Fushata e informimit të publikut mbi kalimin në transmetime digjitale (numerike) që pritet të realizohet së shpejti vendin tonë, ka nisur më 11 prill 2016. Kjo fushatë ka për qëllim të informojë publikun në gjithë territorin e Republikës së Shqipërisë për këtë lloj të ri transmetimi. Autoriteti i Mediave Audiovizive, në

përmbushje të Ligjit nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë” por edhe me Strategjinë e Kalimit nga Transmetimet Analoge në Transmetimet Numerike ka marrë një sërë hapash që informimi i publikut të jetë i plotë dhe gjithëpërfshirës. Mënyrat e komunikimit që AMA ka realizuar deri tani për të informuar qytetarët janë:

- ✓ **Broshura** ka në përmbajtje të saj informacion, të qartë, të saktë dhe jo të komplikuar për përdoruesin. Si target grup i saj janë menduar institucionet dhe organizatat joqeveritare të lidhura me fushën e medias, por edhe subjektet e ndryshëm audiovizivë. Broshura përmban informacion të detajuar për informimin e popullsisë për kalimin e transmetimeve nga ato analoge në digjitale, skemat e lidhjes së dekoderit, detaje mbi buqetën programore dhe të tjera detaje teknike.





- Autoriteti i Mediave Audiovizive në bashkëpunim me MIAP organizojnë konferencën “Media e Gjeneratës Tjetër” (20 maj 2016);
- AMA dhe RTSH në konsultë informuese për digjitalizimin dhe Kontratën e Shërbimit Publik (25 maj 2016);
- AMA në konsultë informuese me operatorët e allotmentit të Tiranës (19 korrik 2016);
- Takimi i parë me operatorët televizivë vendorë mbi ecurinë e procesit të digjitalizimit (1 qershor 2015);

✓ **Fletëpalosjet** janë të orientuara për përdoruesin e thjeshtë dhe kanë si qëllim që të hyjnë në secilën familje shqiptare.

✓ **Spotet** janë realizuar nga AMA 3 spote për t’u transmetuar në televizion dhe një spot tjetër për t’u transmetuar në radio. Spotet janë një përmbledhje e hapave më të rëndësishëm që kalon procesi i transmetimeve. Ato shpjegojnë thjesht dhe në mënyrë skematike detajet teknike të procesit. Spotet kanë si qëllim lehtësimin e të kuptuarit nga ana e cilitdo që disponon një televizor mbi ndryshimet që do të ndodhin me transmetimet e reja dhe përshtatjen sa më lehtë me këto ndryshime.

✓ **Call Center** 04-410-44-55 është struktura që AMA ka ngritur me qëllim që secili nga qytetarët, që ka pyetje nga shtëpia, të telefonojë për të pasur një akses të drejtpërdrejtë me një operator që do të përgjigjet nga ora 9.00 - 21.00, shtatë ditë të javës. Për pyetjet mbi procesin por edhe për pyetje mbi dekodrat, lidhjet etj.

✓ **Takimet** 1 takim kombëtar dhe 3 takime rajonale - Autoriteti i Mediave Audiovizive ka planifikuar organizimin e takimeve me qëllim që ato të shërbejnë për evidentimin e praktikave, të mangësive, të gjendjes së procesit të kalimit në transmetimet numerike dhe përcaktimin e masave të menjëhershme që duhet të ndërmerren për arritjen e objektivave konkrete, realizimi i të cilave do të ndryshojë rrënjësisht peizazhin mediatik në vendin tonë.

Ndër takimet që AMA ka zhvilluar me palët e interesuara, në lidhje me procesin e digjitalizimit, mund të përmendim:

- AMA, në bashkëpunim me Departamentin e Gazetarisë në Universitetin e Tiranës organizuan konferencën ndërkombëtare shkencore: “Digjitalizimi i transmetimeve tokësore: sfida, paradokse, shpresa” (25 nëntor 2015);
- AMA në takim konsultativ me operatorët analogë privatë vendorë për diskutimin e tarifës së mbështetjes në rrjetin numerik të RTSH-së (19 shkurt 2016);



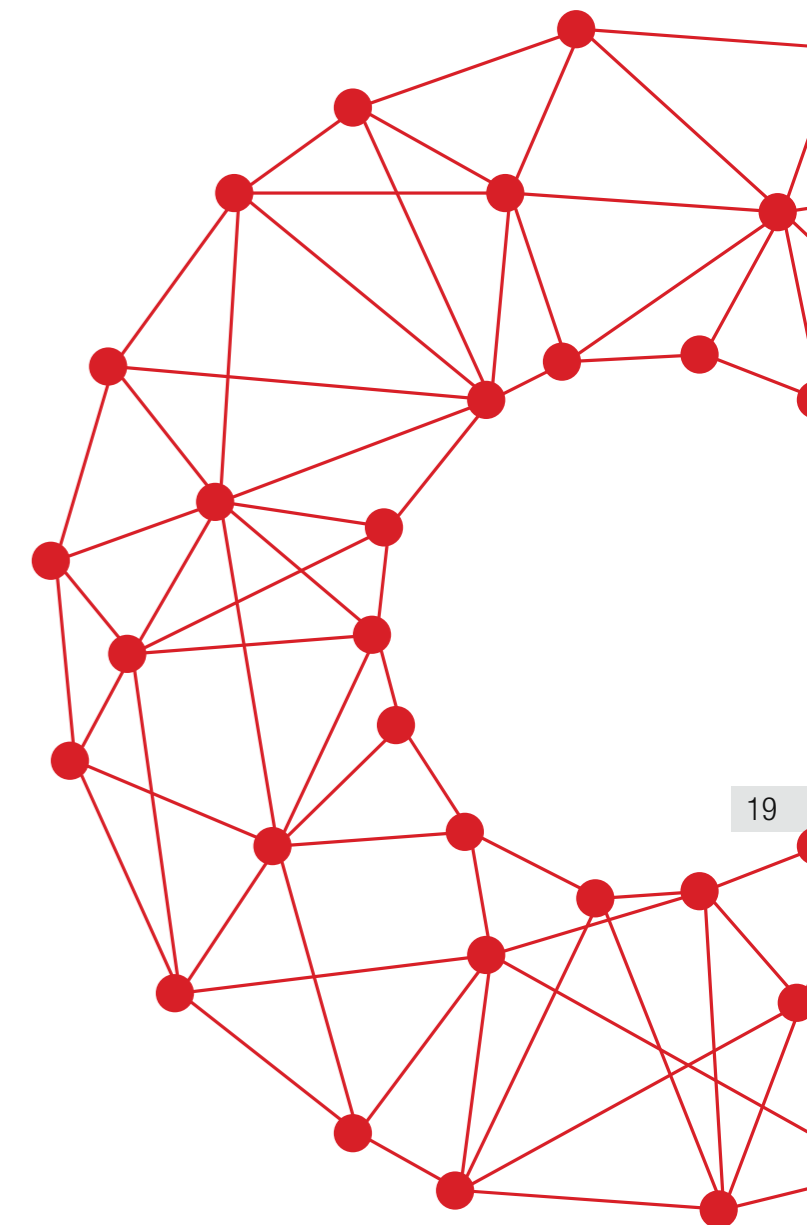
I gjithë ky proces i rëndësishëm nuk mund të realizohet dot nga një institucion i vetëm, ndaj ai përfshin një mjedis të gjerë partnerësh ku bëjnë pjesë strukturat shtetërore, legjislativë dhe ekzekutive, organizatat jo-qeveritare në fushën e medias, operatorët, si dhe vetë qytetarët dhe konsumatorët. Dhënia e ideve, opinionëve dhe rekomandimeve të ndryshme nga aktorët e interesuar, kryesisht nga operatorët radio-televizivë, ka qenë një kontribut dhe ndihmë reale në përcaktimin e hapave që duhet të ndjekë ky proces. Nëpërmjet këtij procesi këshillimi janë identifikuar dhe përcaktuar format më optimale të bashkëpunimit me operatorët, si aktorë themelorë në këtë proces, për ndërtimin e platformave lokale, rajonale e kombëtare, ku do të mbështeten me prioritet programet ekzistuese, dhe pas tyre, programet e reja të përgjithshme apo tematike, sipas kërkesave të tregut dhe preferencave të audiencës.

Për të arritur synimin e Strategjisë dhe qëllimin kryesor të fushatës së informimit të publikut, për njohjen dhe sensibilizimin e grupeve të ndryshme shoqërore me

procesin e digjitalizimit, mbështetur në strukturën dhe grilën programore të OSHMA-ve, (kombëtare, rajonale e lokale) kriteret përzgjedhëse për natyrën dhe llojet e formateve të emisioneve që do të programohen dhe transmetohen për këtë qëllim janë si vijon:

- Emisione të llojit informativ, të trajtimit të thelluar të informacionit me biseda, analiza, inserte, e diskutime për to (kryesisht emisione “mëngjesi”).
- Emisione sociale kulturore që trajtojnë tema e zhvillime të veçanta në formate bisede e intervista të ndërthurura me “vox populi”;
- Programe ose emisione të veçanta kushtuar zhvillimeve të shkencës dhe teknologjisë, impaktit të tyre në përditshmërinë e jetës shoqërore;
- Emisione të posaçme brenda strukturës së programeve të formateve të mëdha të televizioneve kombëtare (të llojit të përgjithshëm, kulturor, social, artistik);
- Emisione talk –show, të prirë nga formati i bisedës dhe intervistës, jo nga ai i debatit;
- Emisione radiofonike, kryesisht të llojit intervistë dhe bisedë në studio, varësisht prej specifikës së transmetimeve audio;
- Emisione të llojit interaktiv, televizive e radiofonike, me pyetje të drejtpërdrejta për të ftuarit, për zhvillimet e veçoritë e procesit të digjitalizimit;

Duke konsideruar linjën editoriale përgjegjësi të operatorëve, në fokusin kryesor të AMA-s ka qenë edhe monitorimi për përputhshmërinë e emisioneve për sa më sipër.



KËSHILLI I ANKESAVE

Interesi i qytetarëve është pika kyçe e punës në Këshillin e Ankesave. Edhe pse KA përpiqet të luajë një rol rregullator në një treg i cili nuk i mbron me domosdo interesat më të mira të tij, shpesh herë ndërhyrja efikase është më se e nevojshme.

“Të shërbesh më mirë ndaj publikut dhe të bësh të dëgjohet zëri i tij” do të jetë motoja e programit modern që Këshilli i Ankesave ka shtruar si pikë strategjike të tij, duke përfshirë natyrisht dhe bashkëpunimet nga praktikantët më të mira rajonale e evropiane.

Çështja e trajtimit të ankesave është një pjesë e rëndësishme e ofrimit të shumë shërbimeve nga Autoriteti i Mediave Audiovizive. Këshilli i Ankesave (KA), i ngritur së fundmi pranë AMA-s, ndër



ZNJ. MONIKA STAFA
Kryetar, Këshilli i Ankesave

objektivat e tij ka përmbushjen e të gjitha detyrimeve dhe funksioneve në shërbim të publikut shqiptar.

Angazhimi i përkushtuar i kësaj njësie të AMA-s është vigjilent sidomos ndaj respektimit të dinjitetit dhe të drejtave të tjera themelore të njeriut, në mënyrë të veçantë mbrojtjen e të miturve, të drejtës për informacion dhe sensibilizimit të opinionit publik, lidhur me respektimin e normave morale dhe etike në programet e ofruesve të shërbimeve audiovizive. Kjo bën që proceset e punës në shërbim të publikut të njohin një etapë të re aksioni.

Këshilli i Ankesave si organ këshillimor pranë AMA-s, ka arritur në konkluzionin se ka ardhur koha që subjektet audiovizive të hartojnë dhe të zbatojnë kode etike, në të cilat të pasqyrohen përgjegjësitë e tyre për respektimin e normave etiko - morale, të shprehura në ligjin nr. 97/ 2013 për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë. Konkretisht, Këshilli i Ankesave, mendon se çdo subjekt transmetues **duhet të hartojë një kod të etikës** (në formën e një rregulloreje të brendshme ose si pjesë të saj) për gazetarët, ku të pasqyrohen kërkesat e parashikuara në ligjin për mediat audiovizive, që përcakton përgjegjësitë e subjekteve për respektimin e normave etike, morale e të dinjitetit të njeriut, si dhe marrëdhëniet me Këshillin e Ankesave, bazuar në Kodin e Transmetimit.

Ky Kod i Etikës, që kërkohet prej subjekteve të licencuara, pritet të rrisë përgjegjësinë e subjekteve audiovizive për respektimin më të mirë të normave etike.

Këshilli i Ankesave ka synim të nxisë kulturën e etikës dhe të vëzhgimit ndaj operatorëve duke mënjanuar ekspozimin e gjuhës së ashpër dhe duke dhënë

shembullin e një modeli rregullator mes palësh bazuar në standarde evropiane. Detyra e Këshillit të Ankesave, në këtë prizëm këndvështrimi, është të luajë rolin këshillimor përmes një shumëllojshmërie të zhvillimeve praktike që ai pritet të ndërmarrë përmes risive në shërbimet e tij. Format e aplikimit të kontaktit sa më të shpejtë me publikun e gjerë i cili do të realizohet përmes faqes on- line me një rubrikë të veçantë, do të mbetet një nga prioritetet e objektivave strategjike të KA-së.

Angazhimi maksimal në menaxhimin e këtij sistemi të ri ankesash është një nga përbërësit thelbësorë që pritet të çojë drejt suksesit këtë organ të ri të ngritur së fundmi nga AMA. Këshilli i Ankesave pritet të luajë një rol pozitiv dhe të mbajë një qëndrim të hapur ndaj çdo ankese që vjen në Këshill dhe ta shohë procesin e përpunimit të ankesave, si pjesë të pandarë të punës së përditshme të tij në angazhim të plotë për t'i trajtuar ato në mënyrë të drejtë, bazuar tërësisht mbi Kodin e Transmetimit në bashkërendim me drejtoritë e tjera në Autoritetin e Mediave Audiovizive.

KA do të jetë gjithmonë i gatshëm të ofrojë një mundësi për përmirësimin e vazhdueshëm të shërbimit të tij, duke theksuar anomali të mundshme dhe hapësirat problematike të cilat mund të lindin gjatë procesit kërkimor të punës.

Jemi shpresëplotë se vënia në funksion e objektivave të Planit të Veprimit, ngritur nga Këshilli i Ankesave, do të sjellë një erë të re institucionale në bashkërendim me misionin dhe vizionin e ri të vetë Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA-s).

AMA mbi mbrojtjen e të dhënave personale dhe të drejtave të fëmijëve në transmetimet audiovizive



Shkëmbimi në rritje i informacionit personal dhe teknologjia, e cila po zhvillohet çdo ditë e më shumë, nënkupton që rëndësia e mbrojtjes së të dhënave personale, aktualisht, është më e madhe se kurrë më parë. Grumbullimi dhe përpunimi i tyre është thelbësor për funksionimin e shoqërisë sonë moderne. Mbrojtja e të dhënave personale cilësohet si thelbësore për shoqërinë, derisa qytetarët bëhen çdo ditë e më shumë të varur në përdorimin e teknologjisë informative dhe derisa informatat personale grumbullohen ose gjenerohen në shkallë mesatarisht të gjerë.

E drejta për mbrojtje të dhënave personale dhe e privatësisë, është një e drejtë themelore në kuadër të të drejtave të njeriut. Kjo e drejtë është e domosdoshme për funksionimin e një shoqërie demokratike.

Për më tepër, kjo e drejtë mbrohet me Kushtetutë dhe ligjin për mbrojtje të të dhënave personale. Zhvillimi i hovshëm i teknologjisë informative dhe telekomunikimit e ka bërë më të ndërlikuar procesin e mbrojtjes së të dhënave personale. Tani, pajisjet e teknologjisë

moderne, si smart -phone, kompjuterët, lap-topët etj., janë shndërruar në mjetet kryesore për grumbullimin dhe ruajtjen e të dhënave personale. Ky zhvillim i teknologjisë, në njërin anë, e bën jetën tonë më të lehtë, por në anën tjetër ka ndikuar negativisht në privatësinë tonë. Mbrojtja e të dhënave në Shqipëri si në të gjithë botën përbën një sfidë gjithmonë në zhvillim.

Mbledhja dhe përdorimi i të dhënave personale në mënyrë të drejtë dhe të ligjshme garanton respektimin e parimeve ligjore të përcaktuara në këtë fushë. Qëllimi institucional është mbështetja te parimi i besueshmërisë. Shoqëria jonë ka nevojë të kuptojë të përdorë dhe të jetë e informuar në lidhje me të drejtat dhe detyrimet që i përkasin në këtë dimension të zhvillimit shoqëror, profesional dhe individual.

Autoriteti i Mediave Audiovizive, AMA, në misionin e vet rregullator, duke e

konsideruar mbrojtjen e të dhënave personale një e drejtë themelore që garantohet me Kushtetutë është shumë i fokusuar në ruajtjen e saj, apo me aspekte që lidhen me etikën dhe mbrojtjen e të drejtave të njeriut në përmbajtjet që emetohen nga subjektet audiovizive.

Ruajtja e konfidencialitetit si një e drejtë themelore e individit për mbrojtjen e të dhënave të tij, nuk duhet të dalë si një pengesë e dorës së dytë, ndaj të drejtës së lirisë së shprehjes së gazetarit pasi është e vërtetë se liria e shprehjes nuk i nënshtrohet censurës paraprake, por kjo censurë nuk ka të bëjë me mospasjen e të drejtës së individit për të mbrojtur të dhënat e tij personale. Ushtrimi i së drejtës së lirisë së shprehjes nuk është i pakufizuar sepse kërkohet të bëhet brenda kontureve të kërkesave të parashikuara ligjore.

Ekzistojnë disa parime bazë që mediat duhet të kenë në vëmendje dhe të respektojnë me rigorozitet gjatë punës së tyre që në fokus kanë mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve si mbrojtja e privatësisë së fëmijës dhe respektimi i jetës private, familjare, banesës dhe e korrespondencës. Media, si pushteti i katërt, ka detyrimin për informimin sa më të drejtë, paraqitjen me vërtetësi të fakteve dhe ngjarjeve, me qëllim ndërgjegjësimin e publikut dhe

parandalimin e fenomeneve të rënda për shoqërinë. Kujdesi për mënyrën e shfaqjes së lajmit duhet të jetë maksimal, sidomos kur në qendër të lajmit janë fëmijët.

PËRGJEGJËSITË E MEDIAVE rrjedhin nga legjislacioni kombëtar por edhe nga Konventat ndërkombëtare. Disa prej këtyre përgjegjësive më poshtëcituat:



- Mediat në të gjitha programet e tyre, duhet të respektojnë me rigorozitet privatësinë e fëmijëve, si dhe të dhënat personale të të cilëve janë objekt i një mbrojtjeje të veçantë.
- Media duhet të shmangë çdo raportim apo transmetim, që çon direkt apo indirekt në identifikimin me pamje dhe zë, me gjeneralitete, apo adresë të çdo fëmije që mund të jetë ose është viktimë, dëshmitar, apo i akuzuar për kryerjen e një vepre penale.

- Nga ana e medias duhet përdorur teknologjia e përshtatshme që mundëson fshehjen e identitetit me pamje ose zë të fëmijës.
- Kujdes duhet treguar edhe me raportimin e transmetimin e palëve të treta jo-fëmijë, kur kjo mund të çojë në identifikimin direkt ose indirekt të fëmijës.

tematike ju bëhen prezente dhe subjekteve në fokus, ku për raste të rënda apo të përsëritura të shkeljes së ligjit dhe Kodit të Transmetimit ndiqen procedurat për sanksione. Rekomandimet e përsëritura janë kryesisht në kujdesin që duhet të ndërmarrin mediat audiovizive që të mos publikojnë informacione të pasakta, ose të shtrembëruara.

Gjatë konferencës “Media dhe përputhshmëria me parimet e mbrojtjes së të dhënave” zhvilluar në Tiranë, **Kryetari i Autoritetit të Mediave Audiovizive, Gentian Sala**, shpjegoi qasjen e AMA-s në 4 aspekte kryesore, të ndërthurura me njëri-tjetrin, por që bashkohen në një objektiv: mbrojtjen e qytetarit, në mënyrë të posaçme, të të miturve.

Së pari, përmes monitorimit të përmbajtjeve audio dhe audiovizive të emetuara për përputhshmërinë ligjore dhe kushteteve të licencimit. Rezultatet e analizave

Gazetarët duhet të respektojnë të drejtën e personit për mos-diskriminim dhe duhet të mbajnë parasysh parimet e privatësisë për respektimin e jetës private dhe familjare, shtëpinë, shëndetin dhe korrespondencën, duke përfshirë komunikimin digjital. Dhe gjithashtu





kjo vlen edhe në rastin kur identiteti bëhet i ditur nga burime zyrtare apo nga burime pranë familjes. Gazetarët duhet të vënë në radhë të parë interesat e të miturit, pasi është gjithmonë përgjegjësia e gazetarit për të vlerësuar nëse publikimi është në të mirë të interesit të të miturit, i kuptuar si mbrojtja e personalitetit dhe zhvillimi harmonik.

AMA me Departamentin e Gazetarisë dhe Komunikimit në Universitetin e Tiranës, me Institutin Shqiptar të Medias, Qendrën Media Aktive etj. Një prej projekteve të përbashkëta, që kemi nisur prej dhjetorit të vitit të kaluar, është ai i përmirësimit të raportimit për të miturit në mediat audiovizive, ku përfitues do të jenë rreth 150 gazetarë dhe redaktorë, nga Tirana, si dhe qarqet e Korçës, Shkodrës, Elbasanit, Gjirokastrës e Vlorës ku prej temave të rëndësishme të trajtuara në këto aktivitete ishte dhe ajo e mbrojtjes së të dhënave personale.

- Së treti, partneriteti me organizata dhe institucione që punojnë në fushën e mbrojtjes së të dhënave personale dhe ato të të drejtave të njeriut në përgjithësi. Në këtë kontekst, bashkëpunimi me Komisionerin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale, me Agjencinë e Mbrojtjes së Fëmijëve në Ministrinë e Mirëqënies Sociale dhe Rinisë, me disa shoqata për mbrojtjen e të drejtave të njeriut, ka ndikuar në rritjen e vëmendjes së institucionit të AMA-s në shqyrtimin dhe evidentimin e rasteve të shkeljes apo injorimit të ligjit 97/2013 ose Kodit të Transmetimit.

- Qasja e katërt, po aq e rëndësishme dhe në përmbushje të funksioneve e objektivave të saj, është ndërtimi nga AMA i një partneriteti të ngushtë me organizata e institucione që punojnë në fushën e medias, veçanërisht në median audiovizive. Realizimi i studimeve apo kërkimeve të tregut, si dhe trajnimi i gazetarëve e redaktorëve të angazhuar në subjektet audio dhe audiovizive, janë dy fokuset kryesore të bashkëpunimit që ka

duhet të mos tejkalohej thelbi i informacionit, përveç kur e kërkon interesi publik. Në çdo rast, përgjegjësia e balancimit të interesave bie mbi gazetarin që publikon të dhënat.

mekanizmin e lëvizjes dhe trajtimit me seriozitet dhe profesionalizëm të çdo shqetësimi dhe ankese, duke komunikuar dhe bërë transparente vlerësimet dhe masat e ndërmarra. Të miturit janë subjektet më të prekshme dhe të pambrojtura ndaj rrezikut të cenimit të të drejtave të tyre themelore (dhe në veçanti të drejtën e privatësisë). Mbrojtja e personalitetit të të miturit shtrihet, duke pasur parasysh cilësinë e lajmit dhe komponentët e saj.

E drejta e privatësisë së të miturit, është gjithmonë parësore në krahasim me të drejtën e kronikës, dhe

- Së dyti, marrja në konsideratë e çdo ankese a shqetësimi që vjen në AMA nga qytetarët, organizata a institucione, përmes shkresave zyrtare a postës elektronike, për materiale jo të përshtatshme audiovizive që transmetohen. Fillimi nga puna i Këshillit të Ankesave pranë Autoritetit, në muajin prill të këtij viti, ka përmirësuar ndjeshëm



SHQYRTIME analitike mbi REKLAMAT DHE KOMUNIKIMET tregtare AUDIOVIZIVE



ARBEN MUKA
Drejtor, Drejtoria e Programacionit

Një nga çështjet ku AMA mbetet e përqëndruar është emetimi i reklamave dhe komunikimeve tregtare nga subjektet audio dhe audiovizive.

Respektimin ligjor për këtë hapësirë të përmbajtjeve që transmetohen Autoriteti e shikon të lidhur ngushtë me mbrojtjen e konsumatorit në shërbimin që ofrohet.

Problematika e konstatuar nuk është thjesht perceptivë dhe spontane por ka dalë nga shqyrtime analitike të realizuara nga Drejtoria e Programeve në AMA, pas një procesi të hollësishëm monitorimi, duke u bazuar në kërkesat e ligjit 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë” dhe Kodit të Transmetimit mbi:

- përmbajtjen e reklamave dhe komunikimeve tregtare;
- kohëzgjatjen, frekuencën / shpeshtësinë e emetimit;
- llojin e programeve dhe kohën se kur emetohen;
- mënyra e vendosjes së produktit;
- aplikimin e reklamave të fshehura;

- reklamave politike, reklamave institucionale;
- respektimin e kërkesave për përdorimin e gjuhës shqipe;
- normat etike në reklamën me dhe për fëmijë etj.

Shqyrtimet analitike kanë pasur në fokus televizionet kombëtare, për shkak të impaktit të madh që ato kanë në treg, si dhe televizionet e formatit informativ, për specifikat që kanë ato në shitjen e kohës për të reklamuar produkte dhe shërbime të ndryshme. Nga monitorimi në televizionet kombëtare TVSH, Top Channel dhe Klan, si dhe nga info tv-të News 24, Ora News, ABC News, Report TV dhe Top News janë konstatuar probleme të tilla si:

- mosrespektimi i kërkesës ligjore për kohëzgjatjen e reklamave dhe shitjeve të drejtpërdrejta;
- komunikimi i fshehtë audioviziv me natyrë tregtare,
- shkelje për vendosjen e produktit,
- keqpërdorimi i reklamave virtuale apo me ekran të ndarë;
- reklamën e fshehta në edicionin e lajmeve;

AMA, të dhënat dhe gjetjet e shqyrtimeve analitike ia ka adresuar dhe subjekteve audiovizive të monitoruara dhe për ato që kanë shprehur interes në këto çështje ka zhvilluar dhe diskutime të përbashkëta mbi performancën aktuale dhe aspekte të kuadrit ligjor në fuqi.

Për vetë rëndësinë që kanë hapësirat e

reklamave dhe komunikimeve tregtare në tregun audioviziv dhe ndikimin e tyre te shikuesit e dëgjuesit, Autoriteti do të vijojë monitorimet dhe shqyrtimet analitike, në

zbatim të funksioneve dhe objektivave institucionale për normalizimin e aktivitetit të OSHMA-ve dhe zbatimin rigoroz të ligjit 97/2013 dhe Kodit të Transmetimit.



Volumi i reklamave të transmetuara nga televizionet kombëtare (01.01.2016 – 30.06.2016)

REKLAMA	Numri total i reklamave	Koha në sekonda
TELEVIZIONI SHQIPTAR	5014	203048
TELEVIZIONI TOP CHANNEL	30991	1000346
TELEVIZIONI KLAN	30559	1147363

Shënim: Në plotësimin e matricave ditore nuk është përfshirë vendosja e produktit.

Blerësit më të mëdhenj të hapësirës reklamuese në televizionet kombëtare (01.01.2016 – 30.06.2016)

	Tvsh		Tv Klan		TOP Channel	
	Subjekti	Koha/sek	Subjekti	Koha/sek	Subjekti	Koha/sek
1	T(Telekom)	41419	Albtelecom	115688	Top shop	101614
2	Vodafon	38651	Top Shop	113688	Digitalb	99172
3	Autoriteti i mediave audiovizive	23279	Vodafon	103542	Albtelekom	32792
4	Sicred	11746	T(Telekom)	76730	Vodafon	32615
5	Banka Credins	4556	Versace cream	32559	Elka	19731

FOKUS

ROLI I AMA-S, NË PËRCAKTIMIN E TARIFËS MUJORE PËR MBËSHTETJEN E OPERATORËVE PRIVATË VENDORË NË RRJETIN NUMERIK TË RTSH-SË

Strategjia për kalimin në transmetimet numerike përcakton metodologjinë për llogaritjen e pagesave të operatorëve ekzistues analogë për mbështetje në rrjetin e TVSH-së. Për këtë çështje, AMA ka ofruar ndihmë dhe sugjerime, në takime të drejtpërdrejta me RTSH-në si dhe në mbledhjet e Sekretariatit Teknik. Gjithsesi, është në kompetencë të RTSh-së për të përcaktuar tarifën për shërbimet që do t'u ofrojnë operatorëve ekzistues analogë, të cilat miratohen më pas nga AMA. Sipas llogaritjes së zërave përkatës, tarifa për mbështetjen në rrjetin e RTSh-së rezultoi në **2,880 Euro/Muaj për allotment**.

një moment kur mbyllja e transmetimeve analoge dhe kalimi në transmetimet numerike është detyrim ligjor.

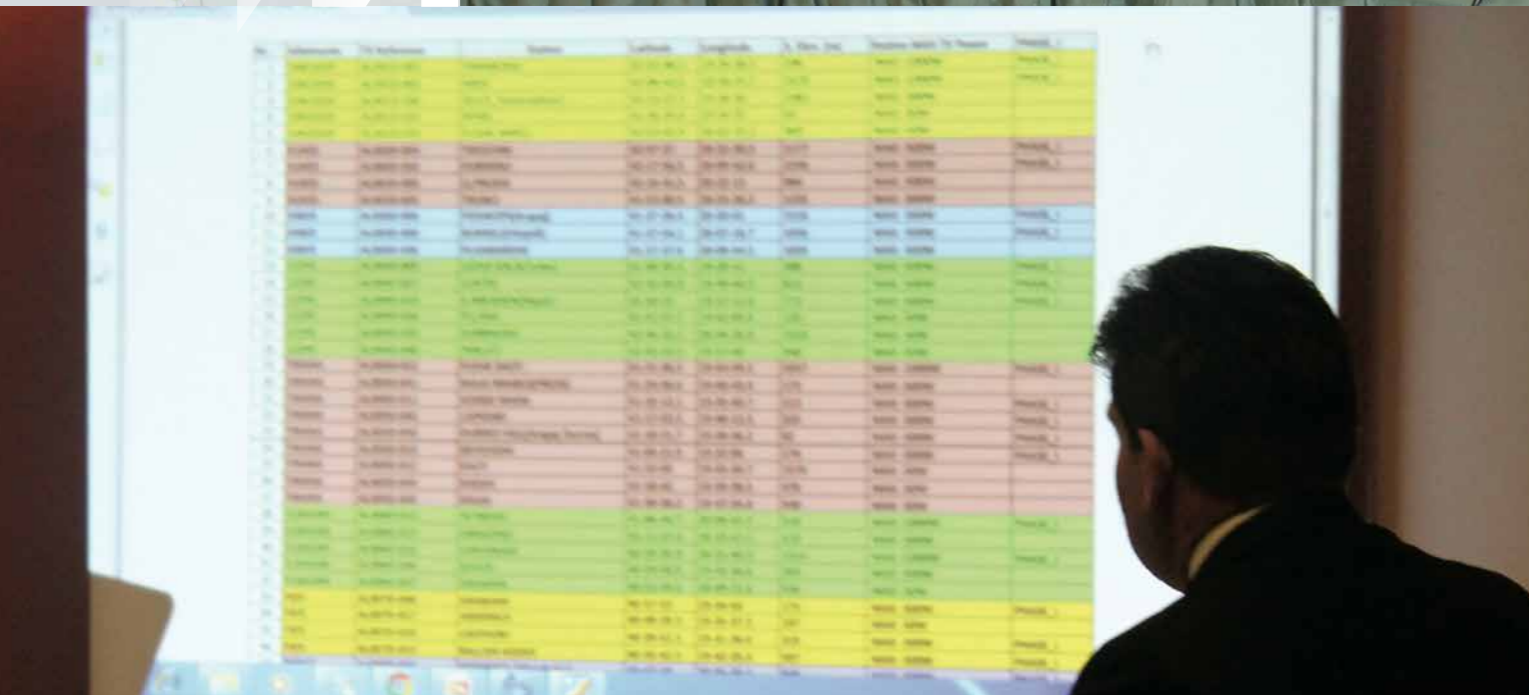
AMA organizoi takime konsultative me operatorët televizivë lokalë dhe rajonalë me fokus kryesor problematikat e mbështetjes së operatorëve në rrjetin e RTSH-së, si dhe për llogaritjen e tarifave përkatëse gjatë procesit të digjitalizimit.

U theksua rëndësia për të pasur një proces transparent dhe të bazuar në legjislacionin shqiptar dhe në strategjinë kombëtare të kalimit të transmetimeve nga analogu në numerik, duke sjellë një produkt cilësor për publikun dhe me kosto sa më të ulët.

Mbas një sërë takimesh dypalëshe midis AMA-s dhe RTSh-së u ra dakord për rishikimin e metodologjisë së për llogaritjes së tarifës së mbështetjes, duke konsideruar vetëm zërat financiarë që lidhen me mirëmbajtjen e rrjetit numerik dhe jo të ndërtimit të tij.

Bazuar në studime që AMA kreu mbi nivelin aktual të pagesave për infrastrukturën transmetuese me të cilat operojnë në treg operatorët analogë vendorë këto tarifa rezultojnë të larta duke përbërë pengesë në mbarëvajtjen e procesit të mbylljes së transmetimeve analoge pasi përball operatorët lokalë vendorë me peshë financiare të lartë dhe të paparashikuar, në

Në muajin janar 2016, Bordi i RTSH-së miratoi tarifën e mbështetjes së operatorëve analogë në rrjetin numerik që rezultoi në **1,073 Euro/Muaj për Allotment**. Për llogaritja e tarifës është kryer duke marrë në konsideratë vetëm zërat financiarë të mirëmbajtjes së njërit prej dy rrjeteve numerike, i cili do të shërbejë për mbështetjen e transmetimeve të operatorëve analogë vendorë.



MENAXHIMI I BURIMEVE, RRITJA E KAPACITETEVE DHE IMAZHIT INSTITUCIONAL



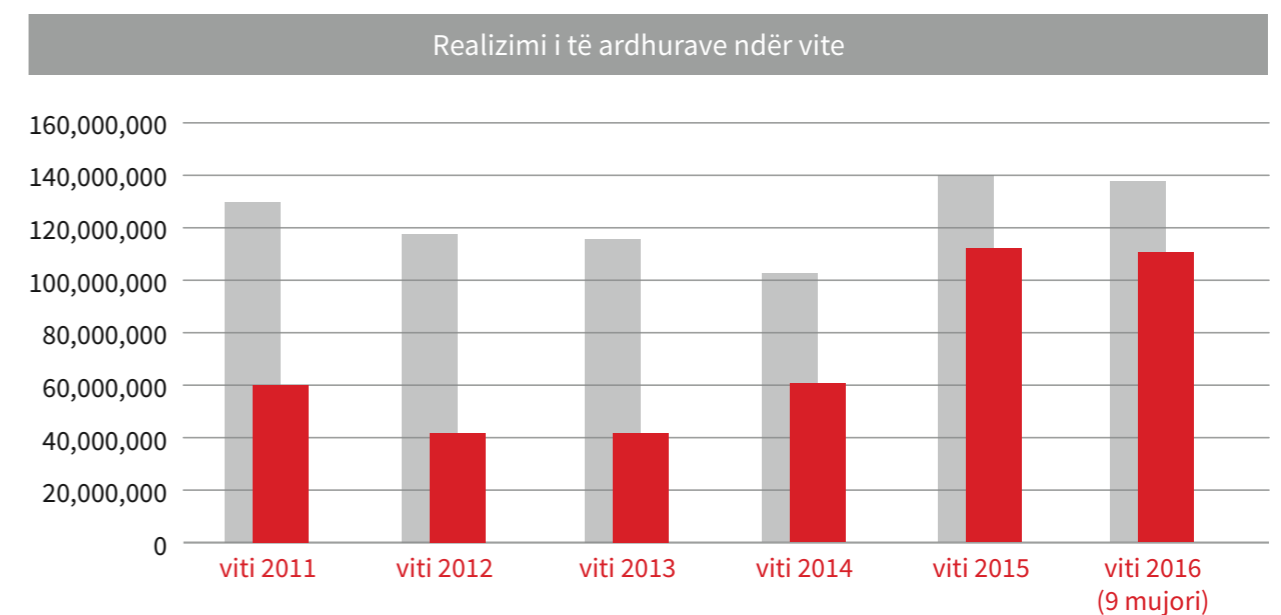
Autoriteti i Mediave Audiovizive ka vijuar fokusin në rolin e tij mbështetës dhe nxitës lidhur me zhvillimin e studimeve të tregut audioviziv, si dhe sfidat dhe problemet që procesi i afërm i digjitalizimit sjell për Shqipërinë.

AMA është investuar edhe në drejtim të forcimit të masave për zbatimin e përcaktimeve ligjore lidhur me afatet e shlyerjes së detyrimeve financiare.

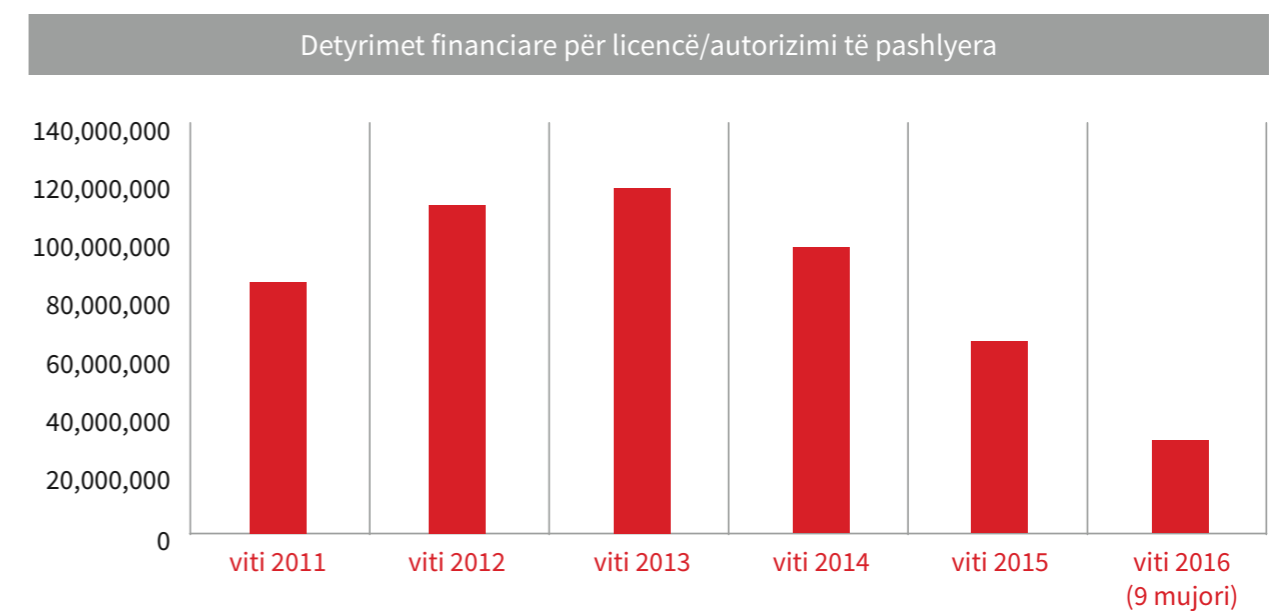
Për subjektet radiotelevizive të cilët, pavarësisht njoftimeve të vazhdueshme, kanë rezultuar me detyrime përtej 1 (një) viti, është marrë vendimi për heqjen e licencës ose autorizimit të tyre.

Marrja e këtyre masave administrative nga AMA ka ndikuar në rritjen e ndërgjegjësimit të subjekteve radiotelevizive për përmbushjen e plotë të detyrimeve financiare ndaj AMA-s.

Paraqitja grafike e realizimit të të ardhurave nga detyrimet financiare të OSHMA



Paraqitja grafike e detyrimeve financiare të pashlyera nga OSHMA-të sipas viteve





Përmirësimi i mëtejshëm i performancës së administratës së AMA-s, ka përbërë një objektiv të vazhdueshëm të punës së Autoritetit, duke synuar pasjen dhe rekrutimin e nëpunësve civilë, të cilët të mund të përballojnë sfidat dhe proceset që diktohen nga zhvillimet teknologjike si dhe plotësimin e standardeve e praktikave ligjore. Stafi i AMA-s, ka pasur një domosdoshmëri për trajnim në përmbushje të funksionit të tij, si organ mbikëqyrës dhe rregullator i veprimtarisë audiovizive, përmes forcimit të integritetit e pavarësisë së Autoritetit, në përputhje me standardet evropiane të politikave e zhvillimeve mediatike e kontrollit të zbatimit të ligjshmërisë. Menaxhimi i procesit të trajnimeve është realizuar duke përcaktuar saktë nevojat për trajnim të stafit në përputhje me problematikat e evidentuara gjatë punës së përditshme.

Gjatë trajnimit të organizuar me gjithë stafin e AMA-s “Mbi rritjen e imazhit

institucional nëpërmjet mënyrave eficiente të komunikimit”, pikat në agjendë ishin:

- **Përfaqsj e re e AMA-s mbi Kodin e Etikës në televizion** - ku u theksua se AMA përveç rolit të saj kontrollues në mediat audiovizive do të luajë një rol të rëndësishëm për ndërgjegjësimin e tyre për të njohur dhe zbatuar ligjin duke qenë se pas kësaj rrjedhin pritshmëritë e larta të publikut.
- **Marrëdhëniet dhe transparenca në Media** - ku u konstatua se AMA do të vazhdojë të ketë një komunikim ndërveprues me publikun duke e konsideruar si një çështje parësore dhe me rëndësi strategjike, për të transmetuar tek opinioni publik, sa më drejt dhe kuptueshëm, politikatat që ndjek Autoriteti në ndërtimin e marrëdhënieve me OSHMA-të dhe palët e interesuara. Kjo, si në përmbushjen e detyrimit për të ofruar transparencë

maksimale të vendimmarrjes po ashtu edhe të efektivitetit të saj.

- **Autoriteti i vështruar nga dritarja virtuale** - ku u theksua se AMA do të vazhdojë të ofrojë transparencë të plotë të proceseve, nëpërmjet publikimit në kohë reale, në faqen e tij të internetit, informacione mbi aktivitetet e

institucionit dhe vendimmarrjet e saj. Faqja e internetit ka edhe rolin informues dhe shërben si dritare për konsultimin e gjerë me OSHMA-të në lidhje me zbatueshmërinë e ligjit 97/2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë” dhe për këtë arsye ajo do të jetë më ndërvepruese për të qenë sa më e lehtë në përdorim.



AMA gjithashtu u ka mundësuar studentëve, të cilët janë diplomuar apo janë në proces diplomimi, një praktikë mësimore, e cila ka për qëllim të sigurojë një këndvështrim praktik si dhe rritje profesionale të studentëve të cilët, falë formimit akademik dhe më pas njohjes me praktikën, do të rrisin mundësitë për t'u punësuar më shpejt dhe për të qenë më të përgatitur për punën apo për interesat e tyre në punë kërkimore. Këto praktika mësimore administrohen në bashkëpunim me universitetet publike të Tiranës dhe Prishtinës, fakultetet e Gazetarisë me të cilat AMA ka lidhur marrëveshje bashkëpunimi.

Marrëveshjet e nënshkruara në tetor dhe nëntor të vitit 2015 për realizimin e praktikave mësimore, me këto dy departamente, filluan të zbatohen suksesshëm.



PARTNERITETI NDËRKOMBËTAR



- Autoriteti i Mediave Audiovizive mori pjesë në muajin maj në mbledhjen e 43-të të EPRA-s. Në mbledhjen ku ishin të pranishëm 175 përfaqësues nga 50 vende të botës ku qëllimi kryesor i këtij takimi ishte sigurimi i instrumentave të duhur për autoritetet rregullatore për të kuptuar sa më mirë kompleksitetin dhe konvergjenat që lindin në fushën e mediave. Gjatë sesionit të parë të takimit u diskutua tema: “A ka ende një të ardhme për televizionin?” Ekspertë të ndryshëm u fokusuan në ndërlikimet shoqërore, ekonomike dhe teknike që procesi i rialokimit të spektrit të frekuencave po shkakton për audiencën dhe për ofruesit e shërbimit. Temë tjetër e takimit ishte dhe shkëmbimi i eksperiencave dhe praktikave më të mira lidhur me shqetësimet e qeverisjes së brendshme, funksionimit dhe punës së përditshme të autoriteteve rregullatore.
- AMA merr pjesë në mbledhjen e 17-të të Rrjetit Mesdhetar të Autoriteteve Rregullatore - Në korrik u zhvillua në Madrid takimi i Rrjetit Mesdhetar të Autoriteteve Rregullatore - MNRA. Takimi kishte në qendër të diskutimeve që lidhen me përmbajtjet audiovizive, por dhe mbi përmirësimet që duhet t'i bëhen kartës në bazë të funksionimit të rrjetit. Objekt i debatit në dy seancat e para të takimit ishin prezantimet mbi aspektet sportive në televizion dhe ruajtja e balancës gjinore. Në lidhje me këto tematika u prezantuan edhe studime mbi stereotipet seksiste në komunikimet tregtare dhe reklamat. Nga delegacioni shqiptar u prezantua disproporcionaliteti që vihet re në programet sportive të televizioneve kombëtare dhe televizioneve informative ku mbisundon aktiviteti i meshkujve dhe

fare pak raportohet për zhanret sportive të femrave.

- AMA merr pjesë në Seminarin Rajonal për Evropën dhe CIS mbi menaxhimin e spektrit dhe tranzitimin në transmetimet tokësore digjitale - Ky seminar u mbajt në muajin mars dhe ishte organizuar nga ITU në bashkëpunim me Ministrinë e Komunikimeve dhe Shoqërisë së Informacionit dhe Autoritetin Kombëtar për Menaxhimin dhe Rregullimin e Komunikimeve (ANCOM) të Rumanisë. Ndër çështjet më të rëndësishme që u trajtuan dhe u diskutuan në këtë seminar ishin:
 - Procesi i kalimit në transmetimet tokësore digjitale;
 - Kuadri ligjor dhe rregullator mbi procesin e kalimit në transmetime numerike;
 - Aktivitetet e zhvilluara gjatë dhe pas procesit të kalimit në transmetime numerike;
 - Shfrytëzimi i dividendit digjital;
 - Strukturat e menaxhimit të spektrit dhe mjetet elektronike të përdorura (tools);
 - Aktivitetet e zhvilluara pas përfundimeve të dala nga Konferenca Botërore WRC-15.

Në takim u shkëmbyen eksperiencia mes rregullatorëve të vendeve në lidhje me: Procedurat e planifikimit dhe administrimit të spektrit të frekuencave; Procesin e Koordinimit me vendet fqinje; Procesin e njoftimit të caktimeve frekuencore në ITU; Procedurat për përlogaritjen e mbulimit të territorit me shërbim audio/audioviziv; Standartet teknike për cilësinë e shërbimit; Pagesat që duhet të kryejnë subjektet audio/audiovizive dhe metodologjitë e përlogaritjes së pagesave për spektrin audio/audioviziv etj.





...duke punuar për numrin e radhës... ..





Adresa: Rruga “Abdi Toptani”, Tiranë, 1001.

Tel: +355 4 222 6288 **Cel:** +355 66 20 44 909

e-mail: Info@ama.gov.al

www.ama.gov.al