AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE

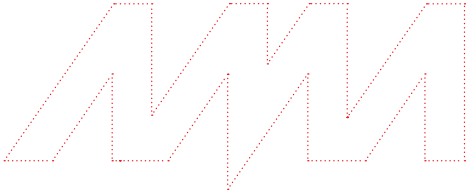
REVISTË,

AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE

NR. 6 , TIRANË 2019

20 vjet

AUTORITETI I
MEDIAVE
AUDIOVIZIVE



AMA - 20 VJET SFIDA, PËRPJEKJE, ARRITJE PËR MEDIA TË LIRË

Fjala e Kryetarit të Autoritetit të Mediave Audiovizive, z. Gentian Sala, në pritjen e organizuar për miqtë dhe bashkëpunëtorët e Autoritetit, me rastin e 20 vjetorit të themelimit të institucionit.

Të nderuar miq e të ftuar,

Jam i lumtur t'ju uroj mirëseardhjen në këtë ceremoni të 20-vjetorit të themelimit të Autoritetit të Mediave Audiovizive.

20 vite jo të lehta, pasi ky institucion, shpesh, është gjendur para faktit të kryer në shumë procese të rëndësishme dhe, të jemi të sinqertë, nga njëri bord në tjetrin, problemet kanë ardhur duke u përkeqësuar. Sot, ne jemi krenarë për punën e bordit dhe stafin, pasi tashmë kemi një institucion normal dhe efikas. Kemi tejkaluar të gjitha problemet e mbartura financiare dhe gjyqësore të digjitalizimit.

Sot, operatori publik është i garantuar maksimalisht në hapësirën digjitale. Kemi garantuar, brenda hapësirës frekuencore dhe ligjore, platformat e mëdha në vend. Kemi bërë maksimumin për uljen e tarifave për të cilën operatorët lokalë do të mbarten në platformën publike dhe private.

Me mbylljen e digjitalizimit kemi të garantuar hapësirën për aktorë të rinj në treg. Përveç hapësirës digjitale tokësore, kemi një treg shumë funksional për operatorët kabllorë dhe teknologjitë e reja IPTV+OTT, për të cilët kemi hapur rrugën me akte nënligjore. Sot, publiku shqiptar, në rreth 35 % të tij, shikon TV-në tokësore, pa pagesë, në mbi 30 kanale, si asnjë vend tjetër i rajonit.

Media shqiptare nuk diskutohet që ka të metat e veta, por në këto 20 vjet ajo është, padyshim, denoncuesja më e madhe e shkeljeve në institucione publike. Është ajo media që ka mbajtur gjallë gjuhën shqipe në qindra e mijëra fëmijë shqiptarë që jetojnë jashtë kufijve. Është ajo industri e madhe *mediatike* që, me punën e saj, jo vetëm kontribuon në miliona euro në buxhetin e shtetit, por mban mbi *3 mijë punonjës, duke filluar nga stafet teknike dhe të mbështetjes, gazetarë, redaktorë, drejtorë e botues.*

Të mos harrojmë që kjo media në Kosovë, Maqedoni dhe në trojet shqipfolëse është mjeti kryesor i informimit.

Për herë të parë, nga 2018 e në vazhdim, Autoriteti është fokusuar te çështjet programore, të cilat, sikurse na orienton dhe ligji, janë edhe puna themelore e Autoritetit.

Të nderuar pjesëmarrës, AMA, gjatë këtyre pesë viteve, ka shërbyer si promotor i disa aktiviteteve për mbrojtjen e statusit të gazetarëve, por ne e kuptojmë se kjo nuk është e mjaftueshme. Kjo ditë të shërbejë për një apel të të gjithë aktorëve për respektimin dhe mbrojtjen e gazetarëve. Ne besojmë dhe shpresojmë që kjo shtyllë jetike e demokracisë do të forcohet dhe konsolidohet më tej.

Zonja dhe zotërinj, mendoj të mos e kthejmë këtë ceremoni në një mbrëmje fjalimesh, ndaj po e mbyll këtu me një falënderim të madh për të gjithë ato zonja dhe zotërinj, nëpunës të përkushtuar, që kanë punuar në Autoritetin e Mediave Audiovizive.

HISTORIKU I KRIJIMIT DHE FUNKSIONIMIT TË AMA-S

ZIMO KRUTAJ
Përgjegjës i Sektorit të Përmbajtjes dhe Analizës

Historiku i AMA-s nuk e ka zanafillën të përbashkët e të njëkohshme me historikun e fillimeve të transmetimeve të medias audiovizive në Shqipëri, edhe pse themelimi dhe ngritja e institucionit të parë rregullator e mbikëqyrës, për këto transmetime, është lidhur ngushtë me zhvillimet dhe veprimtarinë e medias private e publike. Historia e krijimit dhe zhvillimit të veprimtarisë institucionale të AMA-s, ish-Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit (KKRT), lidhet pashmangshëm me ndryshimet demokratike në Shqipëri, pas viteve '90-të. Njëherësh, themelimi i këtij institucioni ishte kërkesë e domosdoshme e zhvillimeve politike, sociale, kulturore e mediatike që përjetonte shoqëria shqiptare e atyre viteve.

Transmetimet e para radiofonike në Shqipëri zënë fill me Radio Tiranën, më 28 nëntor 1938, vijojnë me Radio Televizionin Shqiptar, në vitin 1960 dhe, më pas, me radiot filiale të RTSH-së, Radio Shkodra, Radio Gjirokastra, Radio Kukësi e Radio Korça. Tashmë është fakt se evoluimi i mirëfilltë i transmetimeve radiotelevizive shqiptare ndodhi pas viteve '90-të, falë konkurrencës së lirë dhe iniciativës private. Nga ana tjetër, në këto vite, transmetimet e para radiotelevizive private ishin, pothuajse të gjitha, të jashtëligjshme, pasi mungonte krejtësisht hapësira ligjore dhe zhvillimet shoqërore, ekonomike, si dhe risitë teknologjike, ishin shumë të shpejta. Ndërkohë, që prej vitit 1993, Radiotelevizioni shtetëror, do të quhej Radiotelevizion Publik, e do të mëtonte të përmbushte funksionin e tij informues, edukues e argëtues në përputhje me kërkesat në rritje të publikut, për më shumë programe televizive e radiofonike, për më shumë cilësi në përmbajtje e transmetim.

Liberalizimi i tregut mundësoi fillimin e transmetimeve të para radiotelevizive private, por ato ishin pothuaj të gjitha të jashtëligjshme, pasi mungonte krejtësisht hapësira ligjore. Programet e para televizive, të transmetuara në vendin tonë nga një media elektronike private, ishin ato të "Telenorbës" shqiptare dhe datojnë në vitin 1995. Këto programe transmetoheshin nga Italia. Televizioni i parë privat në Shqipëri është "Shijak TV", që nisi transmetimet në dhjetor të vitit 1995. Po në këtë vit, nisi transmetimet edhe radioja e parë private, Radio Vlora. Më pas, në vitin 1996 e në vijim, filluan transmetimet e disa televizioneve lokale "TV Antena Jug", Gjirokastër; "Alba TV", Tiranë; "TV Lezha", Lezhë; TVA, (Tele Arbëria) Tiranë; "TV Rozafa", Shkodër.

Me gjithë fillimet e vështira, mungesat e zotërimit të teknologjisë, problemet e infrastrukturës, të burimeve ekonomike e njerëzore, personelit të paktë të kualifikuar etj., si dhe mungesën e legjislacionit përkatës, pati një zhvillim të vrullshëm të medias elektronike. Për dy vjet, Shqipëria numëronte afro 30 transmetues radiotelevizivë, të palicencuar edhe pse, ndërkohë, në maj të vitit 1997 ishte miratuar një ligj "Për Radion dhe Televizionin Publik dhe Privat në Republikën e Shqipërisë", i cili asnjëherë nuk u zbatua, as pjesërisht.

Veçantia e zhvillimit të veprimtarisë së një organi mbikëqyrës e rregullator qëndron në fillin e hollë që ndan respektimin e lirisë së shprehjes me anë të mjeteve audiovizive me respektimin e lirisë së individit, respektimin e privatësisë dhe lirive të tjera themelore të njeriut. Funksionimi dhe veprimtaria e organit rregullator respekton lirinë e operatorëve në përzgjedhjen dhe emetimin e programeve, në bazë të parimit të pavarësisë editoriale, si dhe lirinë në përzgjedhjen, nga ana e individëve, e programeve të dëshiruara. Në këtë rast, roli i organit rregullator bëhet i domosdoshëm: këtu nis e mbështetet edhe funksionimi i ish-KKRT-së, sot AMA. Ky institucion e bazoi funksionimin dhe veprimtarinë e vet në zbatimin e ligjit nr. 8410, datë 30.09.1998 "Për Radion dhe Televizionin Publik e Privat në Republikën e Shqipërisë". KKRT-ja nisi punën si institucion i pavarur në dhjetor të vitit 1999, duke pasur si mision kryesor rregullimin e transmetimeve radiotelevizive sipas kërkesave ligjore; licencimin e operatorëve kombëtarë, lokalë e satelitorë, hartimin e akteve të domosdoshme nënligjore; ndjekjen e zhvillimeve në tregun mediatik dhe mbikëqyrjen e transmetimeve audiovizive.

Vit pas viti, KKRT-ja plotësoi dhe bëri funksionale strukturën dhe administratën e institucionit, shtoi përpjekjet për rregullimin e tregut mediatik, njohu dhe nënshkroi marrëveshje ndërkombëtare që lidheshin me shfrytëzimin e frekuencave, vijoi me licencimin dhe kontrollin e operatorëve radiotelevizivë, sidomos për zënien e spektrit të frekuencave dhe ndalimin e piraterisë televizive, programoi dhe realizoi monitorimin e përditshëm të lajmeve si dhe raportimin vjetor në Kuvendin e Shqipërisë. Ushtrimi i veprimtarisë ligjore të KKRT-së, vendosja e sanksioneve për mosrespektim të kërkesave të ligjit, krijuan situata të vështira, konflikte e problematika me grupe interesi që dëmtuan punën dhe rolin e vetë

institucionit si mbikëqyrës dhe rregullator i veprimtarisë audiovizive. Për pasojë, u penguan dhe u vonuan përpjekjet e domosdoshme të KKRT-së për forcimin e pavarësisë në ushtrimin e funksioneve dhe realizimin e objektivave të rëndësishëm të Strategjisë së kalimit në transmetimet numerike. Jo rrallë, veprimtaria e këtij institucioni, si dhe përmbushja e detyrimeve parësore të tij është bllokuar edhe për shkak të qëndrimeve e interesave politike të shumicave apo pakicave parlamentare, qoftë dhe për qëndrime të vetë ish-KKRT-së, të ndikuara nga interesa politike.

Nevoja për ndryshimin e legjislacionit në fushën e transmetimeve audiovizive lindi si rezultat i zhvillimeve të vetë shërbimeve të medias elektronike, zhvillimeve teknologjike në fushën e komunikimeve elektronike dhe të shoqërisë së informacionit, si dhe për të përmbushur detyrimet që ka Republika e Shqipërisë për të harmonizuar legjislacionin e saj në këtë fushë me legjislacionin evropian. Ligji aktual, nr. 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë", është hartuar në përputhje të plotë me Direktivën AVMSD (Direktiva për Shërbimet e Medias Audiovizive). Ky ligj, veç të tjerash, garanton pavarësinë e institucionit, rrit efikasitetin e veprimtarisë e të kryerjes së funksioneve themelore, përcakton parime, dispozita e kritere përfaqësuese për transmetimet audiovizive dhe mbron interesat e publikut ndaj "rrezikut mediatik". Një argument më shumë në favor të këtij ligji është fakti se që prej më shumë se pesë vjetësh ai, i plotësuar në vijimësi me aktet nënligjore të miratuara nga AMA, është njohur, është zbatuar e po zbatohet me gjithnjë e më shumë përgjegjshmëri, nga operatorët audiovizivë, pa pasur nevojë për amendime thelbësore.

Rikonstituimi i AMA-s, në nëntor 2014, nxiti investimin e frymës së partneritetit me transmetuesit audio dhe audiovizivë, për zbatimin rigoroz të ligjit, rritjen e cilësisë së programeve e të transmetimeve audiovizive dhe përshpejtimin e procesit të digjitalizimit. Nën frymën e ligjit, është rritur ndjeshëm transparenca e mbledhjeve të AMA-s, është përmirësuar performanca e punonjësve të administratës dhe situata financiare e institucionit, si dhe janë intensifikuar takimet me faktorin ndërkombëtar, si BE, KiE e OSBE, për të krijuar një klimë bashkëpunimi, një shkëmbim efikas përvoje me Autoritetet Rregullatore të vendeve të rajonit e të BE-së. AMA ka bërë përpjekjet e duhura që, sot, operatori publik të jetë i garantuar në hapësirën digjitale; po ashtu, është garantuar, brenda hapësirës frekuencore dhe ligjore, veprimtaria audiovizive e platformave private numerike në vend. Në fazën përkatëse të digjitalizimit u bënë, gjithashtu, përpjekje maksimale që të uleshin tarifat me të cilat operatorët televizivë lokalë do të mbarteshin në platformën publike dhe në ato private.

Në situatën aktuale, AMA e ushtron veprimtarinë e vet rregulluese, mbikëqyrëse e kontrolluese për 5 platforma numerike private kombëtare të transmetimit audioviziv, 2 platforma satelitore, 47 subjekte audiovizive, 58 subjekte audio, 82 (përsëritës kabllor+iptv+ott), dhe 14 ofrues shërbimi mbështetur në internet/kabllor/satelit. Siç mund

të shihet, krahas realizimit të procesit parësor të digjitalizimit, AMA ka përgatitur në vijimësi aktet nënligjore që i kanë hapur udhën garantimit e zhvillimit të një tregu shumë funksional edhe për operatorët kabllorë dhe teknologjitë e reja IPTV+OTT, pa nënvlerësuar garantimin e hapësirës për aktorë të rinj në treg. Gjithashtu, duhet shënuar si një tregues i rëndësishëm i veprimtarisë së AMA-s, nga 2018 e në vijim, përqendrimi te zbatimi i kërkesave të ligjit e të Kodit të Transmetimit të AMA-s lidhur me çështjet programore, si pjesa më e qenësishme e transmetimeve audiovizive, me ndikim të drejtpërdrejtë te publiku.

Në 20-vjetorin e themelimit, Autoriteti i Mediave Audiovizive vjen si një institucion i konsoliduar, që sheh nga e ardhmja. AMA ka përcaktuar objektiva dhe detyra konkrete për përmbushjen e detyrimeve që lidhen me përfundimin tërësor të procesit të digjitalizimit. Më tej, objektivat e institucionit lidhen me përmirësimin e klimës për ushtrimin e veprimtarisë së operatorëve audiovizivë, mbikëqyrjen e zbatimit të kërkesave ligjore e mbrojtjen e interesave të publikut, si dhe me rritjen e transparencës e forcimin e pavarësisë së Autoritetit rregullator, në ushtrimin e funksioneve dhe kompetencave me të cilat e ngarkon ligji.

20 VJET VEPRIMTARI E AMA-S

Z. MUSA ULQINI

Deputet / Anëtar i Komisionit të Përhershëm Parlamentar për Edukimin dhe Mjetet e Informimit Publik

AMA: Ju jeni ndër kontribuesit kryesorë të ligjit të parë për median elektronike në Shqipëri. Si ishte situata në tregun audioviziv që bëri të domosdoshëm hartimin e një kuadri ligjor?

Ulqini: Ligji i parë për mediat elektronike, Ligji nr. 8410 "Për radion e televizionin publik e privat në Republikën e Shqipërisë" u miratua në Kuvend në datën 30 tetor 1998, por puna për hartimin e këtij ligji filloi në nëntor 1997.

Ndryshimet politike që sollën zgjedhjet elektorale të qershorit 1997 krijuan në Shqipëri një

mjedis të ri lirie për zhvillimin e mediave në përgjithësi dhe mediave elektronike në veçanti. Deri atëherë e vetmja media elektronike në Shqipëri ishte Radio Televizioni Shqiptar, i cili me ligj kishte statusin e një transmetuesi radio televiziv shtetëror. Në pjesën e dytë të vitit 1996 dhe veçanërisht në vitin 1997-1998, në Shqipëri pati një zhvillim të vrullshëm të mediave elektronike. Jo vetëm në Tiranë, por edhe në qytetet e tjera nga Vlora në Kukës, lindën radio e televizione private. Ndërkohë, u shtua me shpejtësi vendosja e repetitorëve nga bashkitë, që përforconin sinjalin e televizioneve të huaja, kryesisht atyre italiane, greke e turke. Konkurrenca e vuri në një situatë të re vetë RTSH-në.

Në këto kushte Kuvendi i Shqipërisë, përmes Komisionit të Përhershëm Parlamentar për Mjetet e Informimit Publik, kryetar i të cilit unë isha, ndërmori nismën legjislative për hartimin e ligjit që do të rregullonte funksionimin e mediave elektronike sipas standardeve të zhvillimit të tyre në vendet demokratike.

AMA: Cilat ishin problematikat kryesore që morën zgjidhje me këtë ligj?

Ulqini: Ligji, në 12 kapitujt dhe 150 nenet e tij, rregullonte në mënyrë rrënjësore të gjithë problematikën e funksionimit të mediave elektronike në Shqipëri.

Ky ligj sanksiononte parimet themelore të zhvillimit të veprimtarisë radiotelevizive, si lirinë në veprimtarinë radio televizive, paanshmërinë në informim, pavarësinë editoriale etj.

Ligji merrte përsipër të garantonte ndryshimin rrënjësor të funksionimit të RTSH-së nga transmetues shtetëror në transmetues publik. Dy ishin garancitë kryesore për këtë transformim: Këshilli Drejtues i RTSH, i cili kishte pavarësi nga politika pasi vetëm 6 nga 15 anëtarët e tij ishin propozime të forcave politike të përfaqësuara në Kuvend. Pjesa tjetër vinin nga bota akademike, universitare, shoqatat e shkrimtarëve, artistëve, gazetarëve, përfaqësues të sindikatave, të OJQ-ve, të rinisë, grave e nga pakica kombëtare. Garancia e dytë ishte mënyra e financimit të RTSH-së. Për herë të parë ky institucion financim kryesor kishte taksën e publikut dhe jo buxhetin e shtetit.

Gjithashtu, për herë të parë ligji njeh dhe rregullon veprimtarinë e mediave elektronike private. Për këtë arsye Ligji krijon një organizëm të pavarur, Këshillin Kombëtar të Radios e Televizionit (KKRT), i cili ishte institucion përgjegjës për rregullimin e mbikëqyrjes së veprimtarisë radio televizive në Republikën e Shqipërisë. Licencat për transmetimet radiotelevizive ishin dy llojesh: kombëtare e lokale. Ligji sanksiononte që në mediat elektronike kombëtare asnjë person fizik ose juridik vendas ose i huaj të kishte me shumë se 40% të kapitalit të përgjithshëm të shoqërisë të krijuar me synim ekskluziv veprimtarinë radiotelevizive. Ky ishte një zhvillim thelbësor në mbrojtje të pluralizmit dhe të situatës antimonopol në mediat elektronike private për kohën.

Gjithashtu ligji rregullonte edhe veprimtarinë e transmetuesve radio televizivë me kabëll, me përsëritës dhe satelitorë.

Në këtë mënyrë në Republikën e Shqipërisë zhvillimi i mediave elektronike publike e private u vendos në një shtrat ligjor dhe me standarde demokratike.

AMA: Në atë kohë sa kishte nisur të lulëzonte media private në Shqipëri. Sa të vështirë e patët të arrinit në një ligj, i cili plotësonte boshllëkun legjislativ por edhe "kënaqte" kërkesat e një tregu kaotik?

Ulqini: Rrugëtimi i hartimit të këtij projektligji i jep përgjigje edhe pyetjes suaj. Projektligji për mediat elektronike nuk vinte nga Qeveria, siç ndodh zakonisht në Parlament, por ishte produkt i punës së Komisionit Parlamentar. Komisioni ngriti në nëntor të vitit 1997 një grup pune me ekspertë me përvojë në fushën legjislative e radio televizive. Ky grup pune, në bashkëpunim me ekspertë të Unionit të Radiotelevizioneve të Europës (EBU) dhe të sektorit të mediave në Këshillin e Europës (KiE), arriti të hartonte një draft paraprak, të cilin e publikoi të plotë në një media të shkruar kombëtare, në maj të vitit 1999, duke kërkuar nga të gjithë subjektet e interesuara, që të kontribuonin me sugjerime e vërejtje për draftin në fjalë. Ishte hera e parë në historinë e pluralizmit që një draftligj bëhej pjesë e një diskutimi kaq të gjerë me publikun e interesuar. Më shumë se 20 subjekte ju përgjigjen ftesës së grupit të punës, që nga Komiteti Shqiptar i Helsinkit e deri tek "TV Juli" në Kukës. Vetëm pas kësaj pune përgatitore, komisioni parlamentar organizoi në muajt maj, qershor, korrik 15 seanca dëgjimore për projektligjin ku u ftuan grupet e interesit, shoqatat e mediave elektronike, drejtuesit e RTSH-së, pronarët e mediave elektronike private etj. Me financim të Institutit Republikan Amerikan projektligji u publikua në 20 mijë kopje në një të përditshme kombëtare me një thirrje të fundit për publikun e gjerë e gjithë të interesuarit që të shpreheshin për projektin në fjalë. Falë kësaj pune kaq të kualifikuar, gjithë përfshirëse e transparente u arrit që produkti final të ishte i gjithë pranuar. Është kjo arsyeja që edhe OSBE doli me një deklaratë publike në 28 shtator 1999 ku i bënte thirrje të gjitha forcave politike në Parlament që ta miratonin projektligjin për mediat elektronike si një projektligj që plotësonte të gjitha standardet e funksionimit të mediave elektronike në vendet demokratike.

AMA: Gjatë jetës suaj të gjatë parlamentare ju keni një kontribut të vyer në bashkëpunimin e Kuvendit me Autoritetin Rregullator. Cilat do të veçonit si momentet me të vështira me te cilat është përballë nga njëra anë tregu e nga ana tjetër rregullatori?

Ulqini: Pavarësisht nga funksionet që kam pasur në Komision si nënkryetar, kryetar,

kryetar i grupi të punës për mediat elektronike, unë që nga viti 1992 kur u angazhova në këtë komision kam qenë relator për mediat elektronike. Ky angazhim specifik në Komision më ka mundësuar që të ndjek nga afër jo vetëm zhvillimin e mediave elektronike, por edhe problemet dhe sfidat me të cilat ndër vite janë ndeshur si ligjvënësit, rregullatori i mediave elektronike (dje KKRT, sot AMA) nga njëra anë e tregu nga ana tjetër.

Gjatë këtyre 20 viteve sfidat kanë qenë të shumta për të gjitha palët. Unë po përmend disa nga më kryesoret:

- Menjëherë pas jetësimit të ligjit, rregullatori u ndesh me një treg kaotik ku pronarët e mediave nuk arrinin të kuptonin as pse ishte e nevojshme pajisja me licencë!!! Ndërkohë që brezi i frekuenca radiotelevizive mundëson vetëm një numër të kufizuar të kanaleve radio televizive, pasi frekuencat përdoren jo vetëm nga mediat, por edhe nga sektorë të tjerë si telekomunikacioni, ushtria, policia etj. Për këtë arsye frekuencat vlerësohen si pasuri kombëtare dhe si të tilla ato trajtohen, ndaj licenca është domosdoshmëri.
- Disa pronarë të mediave elektronike e kishin të vështirë të respektonin kriteret e standardet e funksionimit të radiove e televizioneve private, me justifikimin se investimi ishte privat dhe ata ishin të lirë të përdornin paratë e tyre siç i mendonin ata!!! Ndërkohë që pronarët janë të detyruar të respektojnë standardet, e çdo produkti që ata prodhojnë, aq më shumë që produkti radio televiziv ka si konsumator gjithë publikun.

Aq i shpejtë ishte zhvillimi i mediave elektronike, sa që në Shqipëri shumë shpejt numri i transmetuesve radio televiziv kombëtar e lokal e kaloi shifrën 100. Por në një vend kaq të vogël sa Shqipëria, me mundësi shumë të kufizuara financimi përmes reklamës që është e ardhura kryesore për mediat elektronike, u vu në pikëpyetje mbijetesa e kaq shumë operatorëve radiotelevizivë. Filluan kështu të shfaqen lidhjet e para biznes-media-politikë-para të pista, që rrezikonin te dëmtonin thelbin e misionit të medias elektronike. Në këtë rast sfida kryesore e rregullatorit ishte detyrimi i operatorëve radio televizivë që të bënin transparente burimet e financimit të tyre. Por akoma më e vështirë ishte sfida e rregullatorit për të qenë e paanshme në zbatimin e ligjit përballë simbiozës politikë-media.

AMA: Si e shikoni rolin e AMA në këto 20 vjet të veprimtarisë së saj dhe cilat mendoni se do të jenë sfidat e së ardhmes?

Ulqini: Nëse sot në Shqipërisë zhvillimi i mediave elektronike është në pararojë të zhvillimeve në vend, meritë të veçantë ka edhe enti rregullator, i cili që në fillim të krijimit të tij dhe deri më sot ka kontribuar në dy drejtime kryesore:

- **Së pari:** që mediat elektronike të zhvillohen në përputhje me kriteret e standardet ligjore, duke garantuar rregulla të ndershme loje për të gjithë;
- **Së dyti** rregullatori ka qenë një nxitës, promovues i trendeve të reja në fushën audiovizive dhe jo pengues i zhvillimeve të vrullshme teknologjike. Për shkak të këtyre zhvillimeve dhe për t'iu përshtatur atyre, Kuvendi i Shqipërisë e amendoi në mënyrë rrënjësore ligjin e mediave elektronike në vitin 2013. Shembulli më domethënës është puna e AMA që edhe Shqipëria ti bashkëngjitet familjes europiane në fushën transmetimeve radio televizive, duke kontribuar që të gjithë operatorët radiotelevizivë të kalojnë nga transmetimet numerike në transmetimet digjitale.

Sfida të së ardhmes për AMA janë disa:

- të vazhdojë të konsolidohet si një institucion i besueshëm dhe autoritar që garanton me profesionalizmin e paanësinë e tij zhvillimin e mediave elektronike në Shqipëri. Kjo është një sfidë sa e vjetër aq edhe e re për AMA;
- sfidë tjetër është të kontribuojë që mediat elektronike shqiptare të ndjekin hap pas hapi dhe të mos mbeten pas në zhvillimet e shpejta e të vrullshme që po ndodhin në fushën e teknologjisë.

Ky përvjetor është një moment reflektimi, vlerësimi dhe nderimi për kontributin e gjithë drejtuesve, anëtarëve të entit rregullator dhe punonjësve të këtij institucioni që kanë dhënë aq shumë në këto 20 vite për atë çfarë AMA është dhe përfaqëson sot.

AMA NË 20- VJETORIN E THEMELIMIT

në bashkëpunim me:

DEPARTAMENTIN E GAZETARISË DHE KOMUNIKIMIT NË UNIVERSITETIN E TIRANËS

Organizon Konferencën Ndërkombëtare Shkencore:

TREGU I MEDIAS AUDIOVIZIVE, SJELLJA E AUDIENCAVE DHE KUADRI RREGULLATOR

Me rastin e 20-vjetorit të krijimit të Autoritetit të Mediave Audiovizive, më datë 3 maj, në bashkëpunim me Departamentin e Gazetarisë dhe Komunikimit, të Universitetit të Tiranës, u mbajt Konferenca Shkencore Ndërkombëtare, me temë: "*Tregu i medias audiovizive, sjellja e audiencave dhe kuadri rregullator".* Data 3 maj përkujtohet, gjithashtu, në kalendarin e datave të shënuara si Dita Botërore e Lirisë së Shtypit. Në konferencë morën pjesë përfaqësues të jetës akademike, të ftuar nga rajoni, si dhe përfaqësues të Kuvendit të Republikës së Shqipërisë.

Konferenca ishte e ndarë në 3 seanca kryesore, veç asaj plenare. Temat e seancave ishin, përkatësisht: *tregu i medias dhe operatorët audiovizivë*; *sjellja e audiencave dhe programacioni*; *rregullimi dhe vetërregullimi* në përgjigje të zhvillimeve *teknologjike*. Referuesit ishin personalitete të botës akademike, në fushën e medias dhe komunikimit, nga Franca, Italia, Polonia, Rumania.

Seanca plenare u përshëndet nga personalitete me kontribut në fushën e mediave audiovizive. Akademiku z. Artan Fuga, pasi përshëndeti organizimin, e vuri theksin te detyrimi i mediave dhe institucioneve rregullatorë për të respektuar lirinë qytetare. Ai vlerësoi kontributin dhe shembullin që AMA ka dhënë në partneritetin mes institucioneve publike dhe forcimin reciprok të tyre.

Nga Kuvendi i Republikës së Shqipërisë, konferencën e përshëndeti znj. Vasilika Hysi, në cilësinë e Zëvendëskryetarit të Kuvendit të Republikës së Shqipërisë. Znj. Hysi vlerësoi punën e deritanishme të bërë nga AMA. Ajo tha se konferenca si këto ndikojnë drejtpërdrejt në edukimin mediatik të studentëve dhe, po ashtu, edhe në profesionalizimin e tyre në raportimin e lajmeve dhe në të gjitha hallkat e një medieje më të lirë dhe të pavarur.

Z. Gentian Sala, Kryetar i Autoritetit të Mediave Audiovizive, në fjalën e tij përshëndetëse, njohu pika të forta dhe të dobëta gjatë këtyre 20 viteve të AMA-s si institucion. Ai e vuri theksin e fjalës së tij në faktin se AMA, këto pesë vitet e fundit, ka hyrë në një hulli normale të organizimit dhe funksionimit institucional dhe që nga viti 2018 e këtej është i fokusuar tërësisht te çështjet e programacionit.

Z. Sala vlerësoi bashkëpunimin me Departamentin e Gazetarisë dhe Komunikimit, bashkëpunim që i ka shërbyer institucionit për vendimmarrje të drejtë në përputhje me nevojat e tregut dhe me prirjen e audiencës.

Prof. Assoc. Dr. Mark Marku, Përgjegjës i Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit në UT, tha se Konferenca do të sjellë një panoramë më të plotë të tregut dhe peizazhit mediatik, por ajo, po ashtu, do të ndihmojë edhe për ta përmirësuar këtë panoramë.

Prof. Dr. Sabri Laçi, Dekan i Fakultetit të Historisë dhe Filologjisë, solli në kujtesë një moment shumë të rëndësishëm në median shqiptare, atë të formimit të Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit. Ky departament, tha ai, i ka dhënë një dimension të ri komunikimit dhe ka forcuar bashkëpunimin midis studiuesve të medias shqiptare, por edhe me gjerë.

Konferenca u përshëndet edhe nga z. Muja Ferati, Kryetar i Komisionit të Pavarur për Media të Kosovës, i cili vlerësoi bashkëpunimin me AMA-n dhe u shpreh shumë i interesuar për gjetjet e punimeve të konferencës, punime të cilat do të jenë me vlerë edhe për realitetin e Republikës së Kosovës.

Konferenca do të pasohet me një botim, i cili do të jetë një përmbledhje e të gjithë punimeve shkencore të kërkuesve më në zë të medias. Kjo konferencë ishte fryt i bashkëpunimit të studiuesve të medias nga Shqipëria dhe rajoni.

EFEKTET E TEKNOLOGJISË NË ZGJERIMIN DHE KONCENTRIMIN E MEDIAVE NË TREGUN AUDIOVIZIV, PRIRJA PËR KONCENTRIM E PËRMBAJTJES

Kjo është një përmbledhje e shkurtër e punimit shkencor të paraqitur në konferencën *"Tregu i medias audiovizive, sjellja e audiencave dhe kuadri rregullator"*, e organizuar në kuadër të 20 vjetorit të krijimit të Autoritetit.

DR. SAMI NEZAJ
Zëvendës Kryetar i AMA-s

Objekti, hipoteza dhe metodologjia

Objekti i kërkimit të këtij punimi është përqendrimi i mediave në tregun televiziv në Shqipëri dhe ndikimi në programacionin e televizioneve në vend. Kërkimi ngrihet mbi hipotezën se transmetimet digjitale sjellin përqendrimin e mediave duke i kthyer ato në kompani të fuqishme me kapacitete të bollshme për të përballuar një programacion tërheqës dhe të larmishëm, i cili preferohet si ofertë edhe nga kanalet e tjerë analogë, kabllorë apo të teknikave të tjera. Kjo marrëdhënie, përmes së cilës, përmbajtja e transmetuar sigurohet nga televizionet e mëdhenj kombëtare ose platformat digjitale kombëtare, shkakton reduktim të larmisë së produksionit televiziv sidomos atij lokal, rajonal dhe paketave të televizioneve kabllorë duke sjellë përqendrimin në përmbajtje.

Metodologjia:

Fillimisht është verifikuar prirja për përqendrim në tregun audioviziv. Prirja shënjohet përmes:

- ndryshimeve ligjore që inkurajojnë përqendrimin e pronësisë së mediave;
- zgjerimit të kompanive qoftë horizontal, qoftë diagonal apo përmes lojës së trefishtë;
- reduktimit të numrit të operatorëve audiovizivë në disa modele të transmetimit e veçmas atyre kabllorë.

Më pas, është analizuar prirja për përqendrim edhe në kontekstin e modelit të biznesit, përmes krahasimit dhe përpunimit të të dhënave të siguruara nga dokumentet e disponuara nga rregullatori audioviziv në Shqipëri, AMA, nga operatorët audiovizivë, kërkime dhe ekspertiza të mëhershme që lidhen me çështjen në shqyrtim, shqyrtimit të të dhënave statistikore që dëshmojnë rënien e operatorëve audiovizivë katër vitet e fundit.

Ky përqendrim i mediave shpreh konsolidimin e industrisë në zonën e kompanive të mëdha dhe varfërimin e mëtejshëm të degëve të vogla të transmetimeve audiovizive, siç janë televizionet lokalë dhe ato kabllorë, duke e vështirësuar prodhimin e përmbajtjes dhe ruajtjen e pavarësisë programore të pavarur nga lojtarët e mëdhenj në treg.

Duke analizuar të dhënat e programeve televizive si dhe numrin e kontratave të transmetimit mes operatorëve të ndryshëm televizivë, do të verifikohet nëse përqendrimi i mediave ka kapur edhe pjesën e përmbajtjes së transmetuar në rang kombëtar.

Për shqyrtimin e hipotezës së mësipërme janë përdorur raportet dhe buletinet e AMA-s në katër vitet në shqyrtim. Nga këndvështrimi teorik janë shqyrtuar autorë si Picard, Jeal,

studime të vonshme në lidhje me '*digital tribes'*, anketa e Departamentit të Gazetarisë dhe Komunikimit me aktorë të tregut dhe audiencat, shqyrtime nga teknicienë të transmetimeve digjitale, të dhëna të tjera të siguruara nga Drejtoria Juridike dhe e Mbikëqyrjes në AMA, si dhe përvoja e autorit.

Fjalë kyçe: Zgjerimi horizontal, zgjerimi diagonal, zgjerimi vertikal, përqendrimi i mediave, përqendrimi i përmbajtjes, zonë mbulimi, zonë licencimi, kabllorë, platforma digjitale, potencial për zgjerim, ekonomi e shkallës, kosto e produktit.

Peizazhi mediatik

Tregu audioviziv në vend përbëhet nga rreth 250 radio dhe televizione nga të cilat: 59 televizione janë analoge, 59 radio, 76 televizionë kabllorë, 5 platforma numerike tokësore private[1] dhe 2 platforma publike, 12 IPTV e OTT dhe 6 televizione online. Të 12 qarqet kanë kanale të ndryshme radiotelevizive. Përqendrimi më i madh i operatorëve është në Tiranë (allotmenti Tiranë-Durrës), dhe më tej në qarqet Elbasan, Shkodër, Fier, Vlorë, Korçë.

Si rrjedhim i zbatimit të procesit të kalimit të transmetimeve televizive nga analogu në numerik tokësor, alternativa e vetme për televizionet analoge, do të jetë përfshirja e tyre në platforma tokësore numerike, private ose në atë publike. Aktualisht, platforma e dytë digjitale e RTSH-së është në funksion të televizioneve rajonalë dhe lokalë dhe një pjesë e mirë e tyre tashmë janë zhvendosur në këtë platformë.

Përmbajtja e transmetimeve pas përfundimit të plotë të digjitalizimit do të jetë afërisht kjo:

Të gjitha televizionet analoge, rajonale dhe lokale do të jenë të mbështetura në platformën e RTSH-së, fillimisht, por mund të zgjedhin të vendosen edhe në 5 platformat e tjera private.

Pesë platformat private do të transmetojnë në 60 për qind programet e tyre[2]. Tre nga këto platforma, Top Channel, Digitalb dhe ADTN kanë pronësi të kryqëzuar ose zgjerim horizontal, çfarë u jep atyre rol dominues në treg.

Teknologjia e transmetimit digjital siguron që në start një përqendrim të mediave, përqendrim i cili bëhet edhe më i fortë gjatë kalimit të viteve, për shkak të dendësisë së transaksioneve në tregun audioviziv.

1 Bazuar në planin kombëtar të frekuencave për platformë numerike tokësore, 5 prej tyre janë private dhe 2 frekuenca janë ndërtuar nga transmetuesi publik, RTSH.

2 Intervistë me Dritan Xhelilin, shef i kabinetit në AMA.

Teorikisht zhvendosja në platformat digjitale do të shumëfishonte ofertën për programe, duke përmbushur edhe më mirë kërkesat e konsumatorit në llojshmërinë e përmbajtjeve të emetuara. Ajo që po ndodh në tregun shqiptar është se oferta programore është përqendruar në ato televizione që kanë realizuar zgjerim apo përqendrim, qoftë horizontal qoftë diagonal, duke përmbytur burimet e tjera të programacionit, që mund të vijnë nga pjesa tjetër e tregut. 90 për qind e televizioneve janë nënkontraktorë në programacion të televizioneve kombëtare apo platformave digjitale.

Teoria e zgjerimit dhe përqendrimit si model biznesi për fitim, të mirat dhe dobësitë

Zgjerimi dhe përqendrimi në industrinë e medias është një model biznesi i ndjekur nga firmat mediatike, në kushtet kur kanë kapacitete për zgjerim dhe synojnë rritjen e fitimit, por edhe stabilitetin e kompanisë, shmangien e kostove, përfitimin përmes ekonomive të shkallës apo shtrirjes, rritjen e kontrollit të furnizimit apo shpërndarjes së produkteve. Globalizmi dhe konvergjenca kanë krijuar mundësi dhe lehtësira shtesë për ripaketimin dhe ripërshtatjen e materialit mediatik; shitjen e këtij produkti përmes sa më shumë kanaleve dhe sporteleve, në sa më shumë tregje, çfarë ka shtyrë kompani të ndryshme të tregut mediatik **të krijojnë bashkime, blerje, marrëveshje dhe aleanca duke kompozuar modele të tilla si konvergjencë** Media-IT-Telekomunikacion, shtrirjen e "e lojës së trefishtë" internet-telefon-televizor (ekonomi shkalle), zgjerim horizontal, diagonal dhe vertikal ose kombinime mes tyre.

Por zgjerimi dhe koncentrimi i mediave ka edhe një rezultat tjetër i cili nuk mund të matet me indikatorë ekonomikë si fitimi, kosto etj. Ai siguron kontrollin e kanaleve të komunikimit publik, i cili sjell ndikime të ndjeshme politike dhe kulturore.[3]

Zgjerimi apo koncentrimi ka avantazhe dhe disavantazhe. Kur është përgjigje ndaj nivelit të konkurrencës në treg dhe kryhet për motive strategjike, atëherë pritet zhvillim i produktit dhe sjell përfitim edhe për konsumatorët[4].

Kur vjen për arsye politike, psikologjike apo nga presioni i investitorëve, atëherë komponenti menaxherial zbehet dhe krijohen probleme që lidhen me cilësinë e demokracisë, konkurrencën, konfliktin e interesit etj. Zgjerimi apo koncentrimi i mediave audiovizive ndodh për një prej këtyre formave të zgjerimit ose si kombinim i tyre siç janë: zgjerimi horizontal, zgjerimi diagonal dhe rritja vertikale.

3 Gillian Doyle, "Ekonomia e medias', fq. 53.

4 Po aty, fq. 55.

Praktikisht në tregun audioviziv shqiptar i kemi të zbatuara të tri format e zgjerimit. Në rastin e Top Channel kemi zgjerim horizontal përmes tri platformave digjitale me pronësi të kryqëzuar, Top Channel, Digitalb dhe ADTN, si dhe zgjerim me programe të veta për secilën nga këto platforma, qoftë në programe të fokusuara e qoftë gjeneraliste. Zgjerimi është intensiv edhe në zonën e shpërndarjes përmes dy platformave të tjera IPTV dhe OTT. E njëjta pamje është edhe në rastin e Vizion Plus që ka realizuar zgjerim horizontal dhe diagonal përmes programit gjeneralist Vizion Plus, platformës digjitale Vizion Plus, platformës satelitore Vizion Plus, Tring dhe IPTV.

Në rastin e Albtelekom dhe Abcom kemi "lojën tripalëshe" siç është zgjerimi diagonal përmes platformave në televizion, telefon dhe internet.

Zgjerimin diagonal e gjejmë edhe përmes televizioneve dhe gazetave në rastin e News24 dhe Report TV, ashtu si kemi më pas zgjerim diagonal përmes pasqyrimit të përmbajtjeve televizive në platformat online pothuajse në të gjitha programet televizive, qoftë ato gjeneraliste qoftë ato informative.

Ndërkaq, shembuj të zgjerimit vertikal kemi në platformat digjitale të cilat bëjnë shpërndarjen e programit përmes ndërmarrjes së vet si Digitalb apo Tring ndërkohë që kryejnë vetë transaksionet në tregun e shitjes së produktit pa ndërmjetës. Shpesh herë të dy kompanitë mbulojnë edhe zonën e marketingut të produkteve të veta.

Përqendrimi i përmbajtjes, nga segmentimi te polarizimi

Segmentimi dhe polarizimi i audiencës inkurajojnë përqendrimin e përmbajtjes. Zhvillimi i teknologjisë dhe mundësimi i transmetimit përmes platformave digjitale ka sjellë mundësi të reja për audiencën. Tregu i produktit mediatik, ku ndodhen konsumatorët dhe audienca, ndikohet nga sasia e medias tashmë në dispozicion. Teorikisht, çdo njësi shtesë e një mediumi dhe çdo medium shtesë i disponueshëm e redukton kërkesën për njësi individuale të një mediumi. Ndërsa numri i kanaleve të komunikimeve rritet, numri i zgjedhjeve rritet dhe sjelljet e individëve divergojnë, duke e reduktuar kështu kërkesën për njësi mediatike specifike. Fragmentimi i kësaj audience, (fragmentimi është një term që përshkruan demasifikim të audiencës), është pasojë e pashmangshme dhe e pandalshme e rritjes së kanaleve në dispozicion të audiencave[5]. Por ndodh rrallë që audiencat t'i kushtojnë vëmendje të barabartë secilit prej kanaleve. Pavarësisht se platformat sjellin për audiencat një buqetë të madhe programore që shkojnë deri në 20 programe për një multipleks, disa nga këto programe nuk shihen fare.

5 Po aty f.75

Për pasojë, ekziston një sasi e tepruar programacioni dhe kohët e përdorimit të audiencës nuk rriten proporcionalisht me sasinë e siguruar. Ky është polarizimi i audiencës, rendja e audiencave drejt disa programeve, ose ndryshe pothuajse e gjithë audienca tek pak programe.

Ndryshimet ligjore që inkurajuan zgjerimin dhe përqendrimin e mediave

Në vitin 2016, pas një ankimimi që u krye nga Shoqata e Mediave Elektronike, në Gjykatën Kushtetuese, u ndërhy në ligjin 97/2013 "Për mediat audivizive..." duke lehtësuar ndalimet e nenit 62 për pronësinë në mediat kombëtare audiovizive.

Përmes vendimit nr. 56/2016 të Gjykatës Kushtetuese, nenit 62 iu hoq tërësisht paragrafi i tretë ku përkufizohej pronësia në mediat audiovizive kombëtare me jo më shumë se 40% për një aksioner. Konkretisht, paragrafi i tretë i nenit 62 të ligjit për Mediat Audiovizive theksonte se: "Asnjë person fizik ose juridik, vendas ose i huaj, nuk mund të ketë më shumë se 40 për qind të kapitalit të përgjithshëm të shoqërisë aksionare, që zotëron një licencë kombëtare për transmetimet audio ose një licencë kombëtare të transmetimit audioviziv".

Struktura e pronësisë:

Edhe struktura e pronësisë së subjekteve audiovizive e shpreh përqendrimin e mediave në rastet kur pronësia është në duart e një pronari të vetëm, në pjesën më të madhe të industrisë së medias audiovizive.

Televizione analogë:

Rreth 67% e subjekteve televizive analogë tokësorë rezultojnë të jenë në pronësi të një aksioneri të vetëm, ndërsa pjesa tjetër (33%) e subjekteve përbëhet nga më shumë se një aksioner. Ndërkohë, 37% e subjekteve me përbërje mbi një aksioner zotërojnë mbi 50% të vlerës së aksioneve.

Kabllorë:

Megjithëse përqindja e një aksioneri të vetëm thuajse nuk ndryshon nga radiot dhe televizionet, pasi rezulton 67%, ndryshim tërësor vihet re në grupin e aksionerëve ku ka një diference prej rreth 13% në krahasim me grafikët e mësipërm. Në rastin e subjekteve kabllorë vetëm 22% e grupit të aksionerëve kanë më shumë se 50% të vlerës së aksioneve.

Shërbimet e tjera:

Tek ky grupim paraqitet një pamje krejt e kundërt e niveleve të treguesve, e kjo për shkak se shumica e këtyre subjekteve operojnë si shoqëri aksionare. Rreth 35% e subjekteve është në pronësi të një aksioneri të vetëm, ndërkohë që pjesa tjetër e mbetur është e përbërë nga shumë aksionerë, pra 65%, ka mbi 53% aksionarë që kanë mbi 50% të vlerës së aksioneve[6].

Përqendrimi i mediave dhe programacionit, rasti i kabllorëve

Për të përshkruar tendencën drejt përqendrimit të mediave në vend kemi konsideruar sjelljen e tregut të kabllorëve në katër vitet e fundit. Tregu shqiptar nuk është tërheqës për një larmi kabllorësh, për shumë arsye, kështu që numri i tyre po shkon në rënie, qoftë përmes mbylljes për shkak të mungesës së fitimit, qoftë për shkak të zgjerimit të disa kabllorëve të tjerë, që kanë potencial për rritje ashtu si edhe për arsye të kapaciteteve për zgjerim të disa kompanive në fushë.

Raporti vjetor i Autoritetit të Mediave Audiovizive (AMA) për vitin 2018 theksonte përse kabllorët ishin rrudhur në tregun shqiptar. Sipas këtij raporti kalimi i transmetimeve kabllore nga analoge në digjitale, diktonte investime të konsiderueshme në rrjetet e tyre[7]; AMA kishte vendosur rritjen e tarifës së autorizimit që duhej paguar për një vit[8]; ndërkohë AMA kishte rritur kontrollin për respektimin e të drejtave të transmetimit dhe, për rrjedhojë, moslejimin e transmetimeve të kanaleve që subjektet kabllore transmetonin pa pagesë, duke eliminuar konkurrencën e pandershme. Këto lloj kontratash zënë një vend të rëndësishëm në koston totale të mbajtjes së një kabllori dhe shpesh në rastet e kabllorëve në zona rurale, subjektet nuk mund të përfitojnë nga ekonomia e shkallës për shkak të numrit të vogël të abonentëve[9].

Që nga viti 2014 vihet re një rënie e numrit të kabllorëve. Kështu, në qoftë se në fund të vitit 2014 numëroheshin 109 subjekte kabllore, në fund të vitit 2018 numëroheshin 72. AMA gjatë vitit 2018 dha 4 autorizime të reja, duke bërë që numri i subjekteve kabllore në fund të vitit 2018 të jetë 76, por, gjithsesi, janë 33 kabllorë më pak se në vitin 2014 ose rreth 30% më pak.

6 Buletini i AMA-s, nr. 4, 2017.

7 Vendimi i AMA-s, nr. 182, datë 6.9.2016.

8 *Vendimi i AMA-s nr. 220, datë 01.12.2017* "Mbi përcaktimin e pagesave për licencë/ autorizim dhe shërbimet që kryhen nga Autoriteti i Mediave Audiovizive".

9 Raporti vjetor i AMA-s për vitin 2018.

Vetëm gjatë vitit 2017, AMA miratoi heqjen e autorizimeve për 13 subjekte kabllorë. Ky numër u rrit edhe më shumë gjatë vitit 2018 kur numri i autorizimeve të hequra shkoi në 16.

Në vitin 2017, ndër 13 vendime për heqje autorizimi, kemi: - 2 vendime për mosrinovim autorizimi për shkak se subjektet ishin dënuar vazhdimisht për pirateri; - 2 vendime për heqje autorizimi për shkak të mospagimit të taksës ndaj AMA-s; - 2 vendime për shkak të heqjes dorë nga autorizimi nga vetë subjektet; - 1 vendim për shkak të kalimit të të drejtave nga një subjekt te një tjetër; - 6 vendime për shkak të bashkimit me subjekte të tjerë për mbulimin e zonës së autorizimit.

Kurse në vitin 2018 është rritur ndjeshëm fenomeni i heqjes dorë nga autorizimi dhe bashkimi me subjekte të tjerë për mbulimin e zonës së autorizimit. Ndër 16 vendime për heqjen e autorizimeve gjatë këtij viti, kemi: - 1 vendim për heqje autorizimi për shkak të mospagimit të taksës ndaj AMA-s; - 2 vendime për shkak të kalimit të të drejtave nga një subjekt te një tjetër; - 1 vendim për shkak të heqjes dorë nga autorizimi nga vetë subjekti; - 12 vendime për shkak të bashkimit me subjekte të tjerë për mbulimin e zonës së autorizimit. Së fundmi, theksohet se, pavarësisht rënies së numrit të kabllorëve, asnjë prej zonave që kanë mbuluar subjektet, të cilëve iu është hequr autorizimi, në një mënyrë ose tjetrën, nuk ka mbetur pa mbulim nga një apo disa subjekte të tjerë.

Pra, tendenca drejt përqendrimit të sektorit është e qartë dhe me ritme të shpejta. Janë 6 subjekte që janë bashkuar në vitin 2017 ndërsa në vitin 2018 kemi 12 të tillë.

Të dhëna mbi subjektet kabllorë sipas viteve:

2014	109
2018	76
2018 (IPTV/OTT)	12 subjekte

Harta e kabllorëve ka ardhur duke u rrudhur edhe për shkak të bashkimeve të vetë kabllorëve të vegjël, por edhe për shkak se disa kabllorë, me kapacitete për investim, kanë kapur një pjesë të mirë të tregut të transmetimit të përmbajtjes audiovizive përmes kabllorëve.

Shembuj të përqendrimit të transmetimit audioviziv përmes kabllorëve dhe IPTV është sjellja menaxheriale vitet e fundit e dy subjekteve Abcom dhe Albtelekom. Të dy këto kompani janë shembuj të zgjerimit diagonal ose të lojës së trefishtë teksa ofrojnë shërbimet për internet, telefon dhe TV. Në vitet e fundit të dy kompanitë kanë përjetuar një zgjerim horizontal ose diagonal sipas rastit, duke zënë një pjesë të konsiderueshme të tregut të transmetimit me kabllorë dhe IPTV. Nga të dhënat e mëposhtme shihet se të dy kompanitë

janë agresive në treg dhe synojnë të zënë hapësira të mëdha pa u shqetësuar nga konkurrenca e platformave digjitale apo platformave të tjera të transmetimit me internet.

Abcom ka të paktën 28 zona licencimi ndërsa Albtelekom ka 52 të tilla. Kjo e fundit e ka më të lehtë penetrimin në treg për sa kohë operatorë të tjerë të shërbimit të internetit nuk e kanë aplikuar modelin 2 në 1 ose 3 në 1.

Kontratat, përqendrimi në përmbajtje

Është pak e pabesueshme, por tregu i mediave audiovizive në Shqipëri sillet rreth transmetimit të një përmbajtje të kufizuar, e cila prodhohet nga tre katër programe gjeneraliste ose informative dhe, më pas, përsëritet përmes ritransmetimeve apo përsëritësve në formën e kabllorëve apo IPTV. Vetë platformat digjitale kanë ndërkohë programe që sërish përsëriten brenda platformës për një kohë të gjatë, çfarë do të thotë se tregu shqiptar ka mospërputhje mes ofertës dhe kapacitetit të tregut për të furnizuar këtë ofertë me fitim.

Të gjithë kabllorët në vend, përfshirë dhe IPTV ose OTT, kanë kontrata me dy platformat e mëdha digjitale Digitalb dhe Tring për të transmetuar programet e tyre.

Për vitin 2017: Digitalb 60; Tring 81 kontrata.

Për vitin 2018: Digitalb 63 kontrata dhe Tring 66 kontrata.

Për vitin 2019: Digitalb 59 kontrata dhe Tring 68 kontrata.

Pra, numri i kontratave përputhet pothuajse në mënyrë të plotë me numrin e kabllorëve. Përmbajtja audiovizive është e njëjta në shumë ekrane njësoj siç është ajo e mediave online por me ndryshimin se prodhuesit e përmbajtjes apo mbajtësit e së drejtës së transmetimit në tregun audioviziv e kanë monetizuar këtë përmbajtje përmes një modeli biznesi për fitim, tashmë të konsoliduar dhe të mbrojtur nga shumë ligje e, për më tepër, edhe nga një rregullator, ndërsa prodhuesit e përmbajtjes së mediave online nuk kanë arritur ta monetizojnë produktin e tyre kur bie në duar të tjera.

Roli i platformave të reja në diversifikimin e programacionit, i varfër

Rënia e numrit të kabllorëve (siç e pamë më lart) përgjatë vitit 2014-2018 është shoqëruar me rritjen e numrit të autorizimeve për transmetimin përmes teknologjive të reja. Teorikisht i bie që rritja e tyre do të kompensonte deri diku procesin e përqendrimit të ofertës audiovizive në vend. Por, pavarësisht kësaj, platforma tradicionale tokësore, e cila

mban peshën më të madhe në garantimin e ambientit të përbashkët të përdoruesit, pritet të ruaje të njëjtin rol, të paktën përgjatë kësaj dekade. Teknologjitë e reja (IPTV, OTT, Internet TV) do të plotësojnë transmetimin tokësor, por nuk shihen si alternativa të qëndrueshme për shpërndarje në një audiencë masive nëpër zona të mëdha. Në veçanti, këto teknologji të reja mund të mos jenë në dispozicion në zonat rurale ose me popullsi të rrallë[10]. Ndërkaq, asnjëri nga këto shërbime nuk mbështet, qoftë edhe pjesërisht, apo qoftë edhe më shumë se sa një program tek prodhimet e veta.

Përfundime:

Tregu televiziv shqiptar po rend drejt koncentrimit. Me kalimin e kohës do të kemi përqendrim edhe mes vetë platformave digjitale, pasi tregu shqiptar për median nuk ka kapacitet për të furnizuar me fitim ofertën aktuale audiovizive. Koncentrimi është favorizuar nga ndryshimet ligjore për pronësinë, por edhe nga nevoja menaxheriale për zgjerim të kompanisë, rritje të stabilitetit të markës në treg dhe rritjes së fitimit. Koncentrimi është i shprehur në tregun e programeve tokësore, kabllorëve dhe IPTV. Koncentrimi është shfaqur edhe në përmbajtjen e programeve audiovizive. Prodhimet apo të drejtat e transmetuesit të dy platformave digjitale janë furnizuesit kryesore të tregut audioviziv në vend. Koncentrimi mbi kanalet dhe mbi përmbajtjen forcon disa kompani dhe dobëson apo nxjerr nga tregu kompani të tjera, por, ndërkohë, sjell dominim në kanalet e informimit duke dëmtuar demokracinë.

Literatura:

- Gillian Doyle*, "Ekonomia e medias"*, Papirus, Tiranë, 2015.
- Robert Picard, "*The economics and financing of media companies*", Fordham University Press, New York, 2011.
- Buletini i AMA-s, nr. 4, 2017.
- Dritan Xhelili, "*Sfidat e rregullimi të hapësirave të transmetimeve televizive digjitale në kushtet e aksesueshmërisë* së lirë në internet-*paper, 2018*".
- Anketë me stafin e mediave audiovizive për procesin e digjitalizimit në Shqipëri, DGK dhe AMA, tetor 2015.

10 Xhelili. Dritan, "Sfidat e rregullimi të hapësirave të transmetimeve televizive dixhitale në kushtet e aksesueshmërisë së lirë në internet-paper, 2018.

- Sami Nezaj, "*Modelet e financimit të televizioneve në kushtet e përqendrimit të mediave, paper, 2018"*
- Ligji 89/2013, "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë", i ndryshuar
- Vendimi i AMA-s, nr. 182, datë 6.9.2016.
- Vendimit i AMA-s, nr. 220, datë 01.12.2017 *"Mbi përcaktimin e pagesave për licencë/ autorizim dhe shërbimet që kryhen nga Autoriteti i Mediave Audiovizive".*
- *Raporti Vjetor* i Autoritetit të Mediave Audiovizive, viti 2018.
- Vendimi i Gjykatës Kushtetuese, nr. 56/2016.

AMA NË 20- VJETORIN E THEMELIMIT– NË FOKUS MBROJTA E FËMIJËVE NË TRANSMETIMET AUDIOVIZVE

AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE
në bashkëpunim me:
INSTITUTIN E MEDIAS
Organizon

KONFERENCËN SHKENCORE NDËRKOMBËTARE "FËMIJËT DHE EDUKIMI MEDIATIK: PËRBALLË SFIDAVE TË REJA"

Në kuadër të aktiviteteve të zhvilluara për 20 vjetorin e themelimit të Autoritetit të Mediave Audiovizive zhvilloi punimet në mesin e muajit maj, në Tiranë, Konferenca Shkencore Ndërkombëtare "Fëmijët dhe edukimi mediatik: përballë sfidave të reja". Kjo konferencë erdhi si fryt i bashkëpunimit të AMA-s me Institutin Shqiptar të Medias.

Në nisje të kësaj konference, Kryetari i AMA-s, z. Gentian Sala, vlerësoi punimet e kësaj konference të cilat janë një vlerë e shtuar dhe një moment i mirë reflektimi për aktorët e përfshirë, median, shoqërinë dhe komunitetin mbi rolin e tyre.

"Shfaqja e shenjës paralajmëruese në ekran bëhet menjëherë me fillimin e programit apo filmit dhe e shoqëron atë gjatë gjithë kohës së transmetimit. Shenja paralajmëruese rishfaqet para dhe pas të gjitha ndërprerjeve të programit në vijim, deri në përfundim të tij".

5.47; Shenjat paralajmëruese për mbrojtjen e fëmijëve në programet audiovizive; Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit.

Z. Sala theksoi rëndësinë që përbën mbrojtja e fëmijëve dhe trajtimi i tyre në media për Autoritetin, i cili e ka renditur si një ndër prioritetet kryesore të punës së tij.

Kryetari i AMA-s u ndal te roli i Operatorit Publik, i cili duhet të shërbejë si model që bën diferencën, por dhe referencën në media për sa i përket trajtimit të temave për fëmijë.

AMA, vijoi ai, "aleat të parë për çështje etike, për larminë dhe cilësinë e programeve për

fëmijë duhet të kishte operatorin publik. RTSH ka fonde, nuk ka kërcënimin e të ardhurave nga reklamat për shkak të financimit nga qytetarët. Disponon kohë televizive, ka 12 kanale në të cilat mund të trajtojë tema të larmishme dhe të ndryshme për fëmijët, ka ligjet dhe potencialin për të marrë programe dhe disiplina të ndryshme nga homologët evropianë".

"Kur programe me përmbajtje që mund të dëmtojë fëmijët transmetohen në formë të hapur ato duhet të paraprihen nga një paralajmërim akustik ose të identifikohen nga prania e një simboli viziv gjatë gjithë kohëzgjatjes së tyre".

5.35; Programet kulturore argëtuese, filmat dhe fëmijët; Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit

Ministrja e Arsimit, Rinisë dhe Sporteve, znj. Besa Shahini, foli për rëndësinë që ka sot media në formimin e të rinjve dhe opinionit publik. Ministrja referoi shifra lidhur me besueshmërinë në media, ku siç tha ajo, "më shumë se 50 % e popullsisë beson dhe e merr për të vërtetë secilin lajm që dëgjon". Znj. Shahini vuri në vëmendje se duhet të jemi vigjilentë për të mos e marrë si të vërtetë çdo gjë që na thuhet nga media. Është e rëndësishme, nënvizoi ministrja, që të gjenden instrumentet për të edukuar jo vetëm fëmijët

por të gjitha moshat mbi funksionimin dhe përmbajtjet mediatike. Znj. Shahini u shpreh e hapur mbi pranimin e mendimit të ekspertëve në lidhje me implementimin e teksteve të Edukimit Mediatik në shkollat shqiptare.

"Reklamat për fëmijët duhet të përmbajnë gjuhë të përshtatshme me aftësitë/kapacitetet e moshës së cilës i drejtohet reklama".

5.29; Reklamat dhe Fëmijët; Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit

Drejtori i Institutit Shqiptar të Medias, z. Remzi Lani, në fjalën e tij, vuri theksin në seriozitetin me të cilën duhet ta marrim Media Literacy. Ka ardhur koha, tha ai, që të përfshihet në kurrikulën shkollore lënda e Edukimit Mediatik, nga nivelet më të ulëta në ato më të larta. Në këtë mënyrë nuk do të jemi konsumatorë të verbër të asaj që na serviret, por do të jemi të pajisur me filtra dhe me mendim kritik.

Përfaqësues i UNICEF-it në Shqipëri, z. Roberto de Bernardi, tha se çështja e fëmijëve në audiovizual duhet të zgjidhet sa më shpejt. Megjithatë, ai pranoi se koncepti "media literacy" ka ndryshuar me kalimin e kohës, kjo për ndikimin gjithnjë e më të madh të teknologjisë në median tradicionale. 3/4 e fëmijëve shqiptarë, tha z. de Bernardi zotërojnë një aparat celular, smart, përmes të cilëve informohen.

Konferenca vijoi me diskutimin në tre panele, mbi tema specifike në lidhje me të drejtat e fëmijës në median audiovizive.

Të drejtat e fëmijëve dhe edukimi mediatik, standardet dhe praktikat ndërkombëtare, u sollën në vëmendje të pjesëmarrësve standardet dhe praktikat europiane mbi të drejtat e fëmijëve dhe edukimin mediatik. Ekspertët ndërkombëtarë, drejtorë mediash dhe lektorë diskutuan mbi këtë problematikë si një sfidë reale e ditëve të sotme.

"Raportimi i fëmijëve në median shqiptare: një perspektivë gazetareske", ishte diskutimi i panelit të dytë. Me këtë rast u paraqiten gjetjet e para të një monitorimi të mbulimit të fëmijëve nga media elektronike. Paneli, me përfaqësues të AMA-s, ekspertë të medias, por dhe agjencinë shtetërore për të drejtat e fëmijëve, diskutoi mbi situatën dhe instrumentet e duhur për të ndërhyrë në përmirësimin e raportimit dhe trajtimit të këtyre rasteve.

Paneli i tretë u ndal tek edukimi mediatik dhe fëmijët - një perspektivë e shoqërisë civile, diskutoi mbi të dhëna dhe raste konkrete të raportimeve në media dhe pasojat që ka sjellë raportimi në media në jetën e këtyre fëmijëve dhe familjeve.

Në këtë aktivitet ishin të përfshirë të gjithë institucionet dhe aktorët e dorës së parë që merren dhe trajtojnë problematika lidhur me mbrojtjen e fëmijëve nga përmbajtjet e dëmshme.

"Në rast se përfaqësuesi ligjor refuzon intervistimin e fëmijës, atëherë intervista mund të kryhet vetëm nëse fëmija insiston dhe gazetari ka një arsye konkrete të mendojë që intervistimi i shërben interesit të fëmijës. Në këtë rast, gazetari nuk mund ta realizojë i vetëm intervistën me fëmijën, por duhet të kërkohet dhe prania e psikologut, punonjësit për mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve, mësues shkolle, edukatorë etj".

5.12; Intervistimi i Fëmijës, Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit

---

MBROJTJA E FËMIJËVE NË TRANSMETIMET AUDIOVIZIVE RAPORTIMI I FËMIJËVE NË MEDIAN ELEKTRONIKE SHQIPTARE

- NJË PERSPEKTIVË GAZETARESKE

MA Valbona Sulçe Kolgeci

Përmbledhje e shkurtër e kërkimit të prezantuar në Konferencën: "Fëmijët dhe edukimi mediatik: përballë sfidave të reja"

Në 1 janar 2019, në Shqipëri, sipas INSTAT-it, jetonin 700 mijë e 615 fëmijë të moshës 0-18 vjeç. Nga këta, 493.424 janë të moshës 0-14 vjeç. Një popullsi e konsiderueshme që, përkthyer në terma audience, do të përbënte afro 24%. Për ta, operatorët mediatikë audiovizivë përgatisin programe, të cilat, sipas Kodit të Transmetimit, duhet të "promovojnë dhe të mbrojnë mirëqenien, shëndetin e zhvillimin harmonik moral e fizik të fëmijëve. Parimi i interesit më të lartë për mbrojtjen e fëmijëve duhet të jetë parësor në çdo vendimmarrje për transmetimin, programimin, pjesëmarrjen apo informacionet për ta, në mediat audio dhe/ose audiovizive." Për të kuptuar rëndësinë që i jepet fëmijëve në transmetimet audiovizive mjafton të themi se nga 14 faqe që ka gjithsej Kodi i Transmetimit, seksioni "Për fëmijët" është plot 4 faqe ose 28% e rregullave u përket raportit të fëmijëve me reklamat, programet televizive dhe intervistimit apo identifikimit të fëmijëve në ngjarje mediatike. Për të parë respektimin e Kodit të Transmetimit nga operatorët audiovizivë dhe rekomanduar përmirësime të praktikës gazetareske, ISHM ndërmori një studim cilësor dhe sasior të raportimit të fëmijëve në median audiovizive shqiptare.

Metodologjia e monitorimit përfshiu 4 televizione me shtrirje kombëtare : Klan, Top Channel, Vizion Plus dhe RTSH, në dy periudha të ndryshme kohore, në mënyrë që të kishim sa më shumë ngjarje për të analizuar. U monitoruan edicionet qendrore informative të gjetura në faqen online të televizioneve përkatëse, në javën 4-10 shkurt 2019 dhe 4-10 mars 2019. Analiza mori në shqyrtim një sërë elementësh të kronikave televizive si,p.sh., burimet, gjuha, imazhet etj.

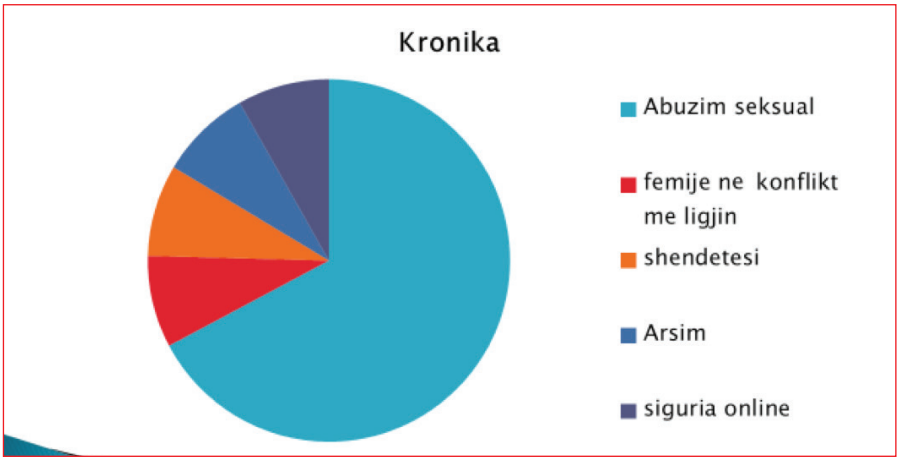
"Të dhënat e publikuara për fëmijët në media duhet të shmangin: identifikimin dhe inicialet e fëmijës; identitetin e prindërve, apo të çdo të afërmi që bën të mundur identifikimin e fëmijës; rrethana, detaje mbi ngjarjen, që bëjnë të mundur identifikimin e fëmijës, cenojnë dinjitetin e tij dhe nuk i shërbejnë interesit publik; emër shkolle, kopshti, institucioni në rastet kur situata e abuzimit apo veprës penale nuk kanë ndodhur në institucion; emrin e autorit të krimit, i cili ka marrëdhënie gjaku me viktimën".

5.4; Identifikimi i Fëmijës, Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit

Studimi i kryer nga ISHM vë në dukje se vetëm **0,05 për qind** e kronikave kanë në qendër fëmijët. Një numër jashtëzakonisht i ulët krahasuar me peshën dhe problematikën e trajtimit të këtij segmenti të popullsisë.

Kjo mund të shpjegohet me një tipar të kahershëm të lajmeve televizive në Shqipëri që mbizotërohen nga politika dhe Tirana. Ky tipar bën që çështje ku fëmijët priren të shfaqen më tepër si arsimi, shëndetësia apo çështjet sociale të mbeten në periferi të vëmendjes mediatike. Ndryshimi do të kërkonte një qasje tjetër, më të hapur ndaj shoqërisë dhe më të fokusuar te njerëzit. Është për të ardhur keq që në një edicion qendror informativ të një televizioni kombëtar në Shqipëri - që mbetet një vend në zhvillim, gjen vend lajmi për panairin e makinave të luksit, për tre ditë me radhë, dhe nuk gjen vend për të sqaruar situatën e epidemisë së fruthit te fëmijët, p.sh., në një prizëm më të fokusuar.

Nëse shohim më pas temat e trajtuara në këto raportime të pakta, sërish kemi një portretizim negativ të fëmijëve. Vendin më të madh e zënë rastet e abuzimeve seksuale, fëmijët në konflikt me ligjin, ndjekur nga çështjet e arsimit, shëndetësisë. Nëse shohim edhe monitorimet e mëparshme që janë bërë për këtë grupmoshë (Kaziaj, 2016) kjo është një prirje që vazhdon dhe lidhet pikërisht me prirjen sensacionaliste të lajmeve që aplikohet në televizionet tona.



Edhe si burime, fëmijët shfaqen vetëm në një rast nga 20 kronika të analizuara ku flitet për ta.

Kur hyjmë më në thellësi të raportimit dhe marrim në analizë elementë të lajmit audioviziv, konstatojmë se ka shkelje flagrante të Kodit të Transmetimit. Konkretisht, për ngjarjen e datës 4 shkurt 2019, ku një e mitur ishte përdhunuar me shantazh nga bashkëmoshatarët e saj në një shkollë në Kavajë, u monitoruan 5 televizione: Vizion Plus, RTSH, Klan TV, ABC News, News 24.

"Çdo fëmijë gëzon të drejtën e marrjes së një informacioni të përshtatshëm, si dhe të drejtën e fjalës, të shprehjes së mendimit dhe të marrjes në konsideratë si një individ me të drejta të patjetërsueshme. Zbatimi i një tërësie parimesh e rregullash, që i japin përparësi interesit të lartë të fëmijës e që vendosin në qendër fëmijën, është më se i domosdoshëm".

Seksioni 5; Fëmijët në Transmetimet Audiovizive – Kodi i Transmetimit

Me përjashtim të RTSH, të gjitha TV e tjera e kanë shkelur Kodin e Transmetimit, pika 5.2 për shfaqjen e identitetit të prindërve dhe shfaqjen e emrit të shkollës. Edhe pse shfaqja e identitetit të prindërve, u mor gjatë transmetimit të një vizite të ministres së shtetit në familjen e të miturës-çka ngre pikëpyetje nëse kanalet mediatike të qeverisë i nënshtrohen të njëjtave rregulla si operatorët audiovizivë - sërish televizionet mund ta kishin shmangur këtë identifikim, ashtu siç veproi operatori publik.

"OSHMA-ve u ndalohet çdo raportim apo transmetim qe çon direkt apo indirekt në identifikimin me pamje dhe zë me gjeneralitete, me adresë apo përshkrues të çdo fëmije

që mund të jetë ose është viktimë, dëshmitar, i hetuar, i akuzuar apo i deklaruar fajtor për kryerjen e një vepre penale, përveç rasteve me interes publik. Të dhënat e publikuara për fëmijët në media duhet të shmangin: identifikimin dhe inicialet e fëmijës; identitetin e prindërve, apo të çdo të afërmi që bën të mundur identifikimin e fëmijës; rrethana, detaje mbi ngjarjen, që bëjnë të mundur identifikimin e fëmijës, cenojnë dinjitetin e tij dhe nuk i shërbejnë interesit publik; emër shkolle, kopshti, institucioni në rastet kur situata e abuzimit apo veprës penale nuk kanë ndodhur në institucion; emrin e autorit të krimit, i cili ka marrëdhënie gjaku me viktimën."

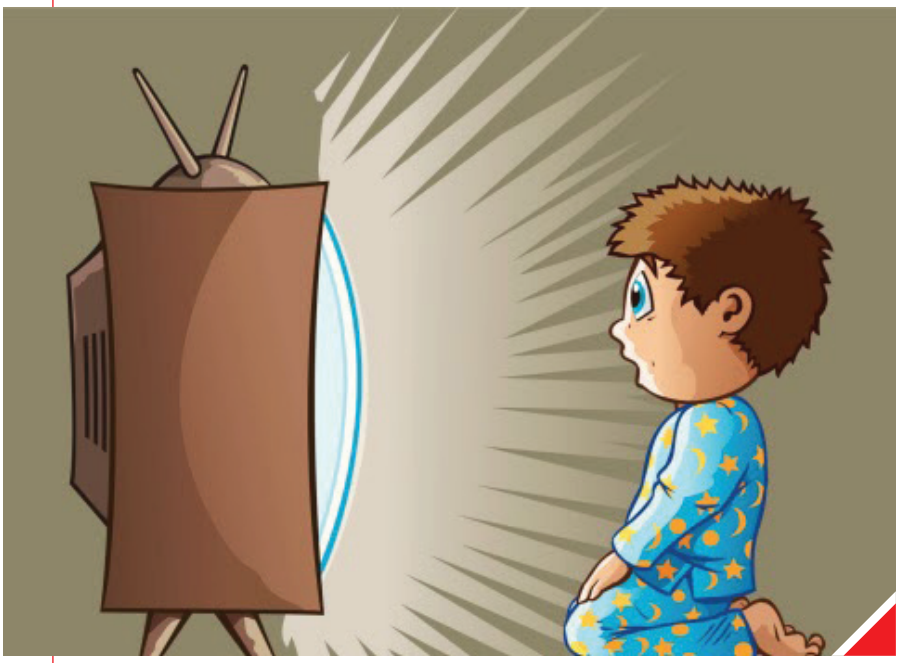
Fakti që vetëm RTSH ka respektuar Kodin e Transmetimit tregon për përgjegjësinë dhe rëndësinë që operatori publik u jep këtyre çështjeve. Është i vetmi TV që ka parime editoriale të shkruara dhe një kapitull të veçantë gjithashtu për fëmijët. Nga monitorimi empirik i programacionit të RTSH-së, vërehet se programacioni për fëmijët aktualisht në RTSH është i kufizuar në një kanal tematik për fëmijët, nga dy që është parashikimi. Gjithashtu një fashë orare e posaçme i kushtohet fëmijëve në kanalin gjeneralist RTSH 1 dhe kanalet rajonale. Sipas raportit vjetor të vitit 2018, RTSH ka ideuar programe të profilit edukativ si, p.sh., "Me duar të vogla" ose talent show "Master chef junior", por që, gjithsesi, mbeten pak për nevojat e fëmijëve për programe origjinale. Aktualisht nuk ka asnjë program për edukimin mediatik, si një nga format e reja në të cilat operatorët publikë po angazhohen në përmirësimin e ofertës televizive për fëmijët.

Si përfundim, mund të themi që situata e praktikës gazetareske në median elektronike shqiptare reflekton të njëjtat probleme si ato në shtypin e shkruar dhe për fat të keq, në një trajektore përkeqësimi ngjitëse. Nevojitet një reagim më i vendosur i Autoritetit rregullator për të ndëshkuar operatorët që shkelin Kodin e Transmetimit me ashpërsim të penaliteteve deri në heqje të licencës. Nga ana tjetër, do të rekomandonim më shumë programe të edukimit mediatik në bashkëpunim me operatorin publik RTSH dhe shtim të programeve për fëmijë.

Anila Bregu

AGJENCIA SHETËRORE PËR TË DREJTAT
DHE MBROJTJEN E FËMIJËS

PASQYRIMI I FËMIJËVE NË MEDIA DHE NDRYSHIMET LIGJORE



Përmbledhje e shkurtër e fjalës së mbajtur në Konferencën: "Fëmijët dhe edukimi mediatik: përballë sfidave të reja".

“ Veprimtaria e transmetimeve audiovizive respekton në mënyrë të veçantë të drejtat, interesin më të lartë të fëmijës, si dhe kërkesat morale e ligjore për mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve”

1.4; Seksioni 1, Parimet Themelore - Kodi i Transmetimit

Media është një faktor i rëndësishëm në promovimin e të drejtave të fëmijëve. Ajo duhet të ketë rol edukues dhe sensibilizues duke promovuar tolerance zero ndaj çdo forme të dhunës kundrejt fëmijëve, duke ndihmuar në parandalimin e keqtrajtimit të fëmijëve. Përmes punës së tyre inkurajojnë institucionet dhe organizatat e shoqërisë civile për të përmirësuar cilësinë e jetës së fëmijëve në tërësi dhe sidomos atyre të abuzuar, dhunuar, ose shfrytëzuar nga të rriturit. Megjithatë, në këto raste është po aq e rëndësishme për t’u marrë parasysh këndvështrimi i fëmijëve, të konsiderohet shkalla me të cilën fëmijët do të përfitojnë ose do të vuajnë si pasojë e paraqitjes së lajmit.

Agjencia Shtetërore për të Drejtat dhe Mbrojtjen e Fëmijës (ASHMDF) monitoron zbatimin e të drejtave të fëmijëve në media dhe reagon në institucionet përgjegjëse për respektimin e të drejtave të fëmijëve prej tyre.

Në bazë të gjitha legjislacioneve kombëtare dhe ndërkombëtare që në fokus kanë mbrojtjen e të drejtave të fëmijëve janë të cituara qartë parimet bazë që mediat duhet të kenë në vëmendje dhe të respektojnë me rigorozitet gjatë punës së tyre, siç është parimi i interesit më të lartë të fëmijës, parimi i mosdiskriminimit, mbrojtja e privatësisë së fëmijës dhe respektimi i jetës private, familjare, banesës, e korrespondencës, mbrojtja e të miturit nga cenimi i paligjshëm i moralit dhe i dinjitetit.

Edhe pse ka përmirësim të dukshëm të situatës, kohët e fundit, bazuar në parimet e mësipërme, janë evidentuar kronika dhe lajme me në qendër fëmijët, të pasqyruara në mënyrë të papërshtatshme në mediat vizive dhe të shkruara. Këto kanë pasur një impakt negativ në përpjekjet për rehabilitimin e fëmijëve, viktima të dhunës dhe abuzimit.

“Transmetimet audiovizive duhet të promovojnë dhe të mbrojnë mirëqenien, shëndetin e zhvillimin harmonik moral e fizik të fëmijëve. Parimi i interesit më të lartë për mbrojtjen e fëmijëve duhet të jetë parësor në çdo vendimmarrje për transmetimin, programimin, pjesëmarrjen apo informacionet për ta, në mediat audio dhe/ose audiovizive”

1.16; Seksioni 1, Parimet Themelore - Kodi i Transmetimit

Disa nga *problematikat e konstatuara* nga ASHDMF, në raportimet mediatike ku janë të përfshirë fëmijët, lidhen me publikimin e detajeve të jetës personale të fëmijëve, të dhëna mbi banesën, lagjen, fshatin, qytetin, klasën ku jeton fëmija. Kjo bën të mundur identifikimin e fëmijës dhe shkel parimin e ruajtjes të privatësisë të fëmijëve. Identifikimi i fëmijëve në media bëhet i mundur në mënyrë të drejtpërdrejtë, kur vetë fëmija shfaqet në media, por dhe në mënyrë indirekte, kur identifikohen prindër, të afërm, mësues apo fëmijë të tjerë të afërm me ta. Shpesh fëmijët viktima të abuzimit, dhunës, ose dhe fëmijë në konflikt me ligjin, autorë të veprave penale intervistohen në mënyrë të paautorizuar, pa lejen e prindit dhe pa praninë e psikologut. Ka raste kur merren dëshmi të rënda nga fëmijë, viktima të abuzimeve. Në këto raste media, jo vetëm që bëhet një faktor pengues për riintegrimin dhe rehabilitimin e fëmijës në shoqëri, por dhe ndikon në riviktimizimin dhe ritraumatizimin e fëmijës. Gazetarët fokusohen në detajet e ngjarjes, duke anashkaluar problematikën e abuzimit të fëmijës. Madje ka raste kur media pasqyron me pavërtetësi dhe pasaktësi ngjarjen, vetëm për të pasur shitje të lajmit dhe pa bërë verifikime paraprake lidhur me ngjarjen.

Edhe në rastet kur transmetimet bëhen me kërkesën ose pëlqimin e prindit, është detyrë e medias të filtrojë lajmin, në mbrojtje të interesit më të lartë për fëmijën. Fëmija duhet trajtuar nga të gjithë si subjekt me të drejta të plota dhe jo si pronë e prindit. Fëmijët e abuzuar seksualisht, për shkak të moshës së mitur, nuk mund të japin pëlqimin, dhe të jenë të vetëdijshëm për pasojat e publikimeve të historisë së tyre të abuzimit.

ASHMDF ka reaguar kundrejt situatës duke sinjalizuar zyrtarisht institucionet përkatëse. Gjatë dy viteve të fundit janë depozituar nga Agjencia 27 ankesa pranë AMA-s për shkelje të etikës në media dhe 40 ankesa drejtuar mediave te shkruara dhe portaleve. Problematikat e konstatuara janë diskutuar në takimet e organizuara me aktorë nga mediat.

I gjithë ky proces është reflektuar dhe në ndryshimet ligjore në legjislacionin për fëmijët. Konkretisht ligji nr. 18/2017 “Për të drejtat dhe mbrojtjen e fëmijëve” në nenin 27 të tij garanton për fëmijën respektim të jetës private dhe familjare dhe mbrojtje nga cenimi i paligjshëm i moralit dhe i dinjitetit të tij në të gjitha rrethanat. Ligji garanton respektim të privatësisë në të gjitha fazat e procedurave gjyqësore apo administrative, duke përfshirë edhe publikimin e tyre në media. Pjesëmarrja e fëmijës nën moshën 14 vjeç në debate publike, si dhe në programe audiovizive bëhet vetëm me miratimin e prindit ose kujdestarit të fëmijës. Në një klauzolë të tij, ligji përcakton që fëmijët nuk mund të përdoren apo të ekspozohen nga prindi, kujdestari, institucionet publike apo private për qëllime të përfitimit personal apo për të ndikuar vendimet e autoriteteve publike. Mosrespektimi i këtij ndalimi përbën kundërvajtje administrative dhe dënohet me gjobë sipas nenin 69 të këtij ligji. Rastet përjashtimore nga mbrojtja e privatësisë bëhen vetëm nëse i shërbejnë interesit më të lartë të fëmijës.

Gjithashtu, ligji sanksionon dhe mospërdorimin e fëmijëve për qëllime reklamuese, në rastet kur këto paraqesin rrezik, cenojnë edukimin, dëmtojnë shëndetin ose zhvillimin e tij fizik, mendor, shpirtëror, moral ose shoqëror.

ASHMDF vlerëson median si mjeti më i madh informues për publikun qe duhet të përdorë fuqinë e saj në mënyrë pozitive, duke dhënë mesazhe edukuese, sensibilizuese, që do të ndikojnë në perceptimin vizual dhe dëgjimor të fëmijëve dhe prindërve, publikut që i ndjek këto emisione.

ASHMDF gjen rastin për të ftuar të gjithë partneret për të bashkëpunuar për zbatimin e legjislacionit dhe parimeve për të drejtat e fëmijëve.

Përgjegjësitë e reja ligjore e vënë Agjencinë para detyrimit për të bashkëpunuar me mediat dhe për të sensibilizuar për respektimin e të drejtave dhe parimeve që mbrojnë fëmijët si dhe sanksioneve përkatëse në raste të moszbatimit të këtyre parimeve. Ndërgjegjësimi i gazetarëve, pronarëve të medias dhe të gjithë aktorëve është domosdoshmëri për një të ardhme më të mirë dhe të sigurt për fëmijët.

KONFERENCA MEDIATIKE “RADIOT FETARE NË GJUHËN SHQIPE”

Përfaqësues nga redaksitë e radiove fetare të komunitetit, ekspertë dhe studiues të medias dhe komunikimit, deputetë dhe drejtues të institucioneve publike, klerikë të religjioneve të ndryshme, u përfshinë në punimet e konferencës mediatike “Radiot fetare në gjuhën shqipe”, organizuar nga Autoriteti i Mediave Audiovizive.

Aktiviteti synoi që përmes prezantimeve dhe diskutimeve nga të pranishmit të nxjerrë në pah rolin dhe kontributin e redaksive fetare të komunitetit, në promovimin e tolerancës dhe bashkëjetesës mes besimeve.

Në përshëndetjen e saj në Konferencë, Ministrja e Kulturës znj.Elva Margariti u përqendrua tek rëndësia e këtyre takimeve edhe pse "gjatë këtyre 30 viteve toleranca fetare është një nga vlerat më të mëdha që i është njohur Shqiptarëve". Ministrja Margariti, u shpreh se temat që trajtojnë mediat fetare promovojnë mjedisin e tolerancës në Shqipëri dhe i bëjnë një shërbim të mirë asaj.

Nga Selia e Shenjtë mori pjesë Prefekti i Dikasterit të Vatikanit për Komunikimet Shoqërore, Dr. Paolo Ruffini, i cili në fjalën e tij u ndal tek rëndësia e komunikimit në shoqëri i radiove fetare dhe roli i tyre në krijimin e një mjedisi sa më të drejtë dhe të shëndetshëm për fjalën. "Asgjë sa radioja nuk u jep kaq kuptim fjalëve", tha Dr. Ruffini, duke nënvizuar rëndësinë e Radio Vatikanit, e cila prej 68 vitesh transmeton në gjuhën shqipe, zhvillimet historike të shqiptarëve, përfshirë ndryshimin e sistemeve dhe sfidat më të mëdha me të cilat përballet shoqëria jonë.

“Zëri” i Radio Vatikanit në gjuhën shqipe e shoqëroi udhën e bashkatdhetarëve tuaj gjatë kalvarit të diktaturës komuniste. Mbrojti dinjitetin e njeriut nga çdo formë abuzimi. Tregoi historinë e kombit tuaj, duke filluar nga ajo e Gjergj Kastriotit – Skënderbeut, “Athleta Christi”. I bëri të njohura vlerat, nënvizoi ndryshimet themelore e sinjalizoi ngjarjet më të rëndësishme, deri në agimin e lirisë e të demokracisë”, theksoi ai.

Rëndësia e radiove fetare, vijoi Ruffini, shihet gjerësisht në rolin e tyre për të hedhur farën e paqes, duke dëshmuar fenë. Siç edhe pohon Dokumenti për Vëllazërimin Njerëzor, nënshkruar në Abu Dabi, “dialog ndërmjet besimtarëve do të thotë të takohemi në hapësirën e jashtëzakonshme të vlerave të përbashkëta shpirtërore, njerëzore e shoqërore e ta investojmë gjithë këtë në përhapjen e virtyteve më të larta morale, nxitur nga fetë”.

Kryetari i Autoritetit të Mediave Audiovizive z. Gentian Sala, u ndal tek vlera e këtij aktiviteti për nxitjen e bashkëpunimit fetar dhe forcimin e mëtejshëm të mesazheve paqtuese që këto institucione kanë dhënë në shoqëri. Z. Sala vlerësoi kontributin e radiove fetare të komunitetit, të cilat përbëjnë një segment të tregut audioviziv që dallon nga pjesa tjetër, për qëndrueshmërinë e aktivitetit, vullnetarizmin e angazhimit të stafit në redaksi dhe për sasinë dhe larminë e temave që përgatiten nga vetë radioja.

“Radiot fetare janë refleksion i tolerancës dhe bashkëjetesës mes besimeve të ndryshme në vendin tonë dhe kjo konferencë shërben si prezantim i rolit dhe ndikimit të tyre pozitiv në shoqërinë tonë multifetare, angazhimin për produkte cilësore dhe pasurimin me më shumë pozitivitet të besimit fetar brenda dhe jashtë objekteve të kultit”, përfundoi z.Sala.

Në konferencë u shfaq për të pranishmit dokumentari audioviziv “Rrathët e besimit”, një vështrim historik i transmetimeve radiofonike fetare në Shqipëri, si dhe tipareve të performancës së tyre në ditët e sotme.

Për herë të parë transmetimet me përmbajtje fetare si dhe zyrtarë nga publiku shqiptar janë ndjekur prej 3 tetorit të vitit 1951, me fillimin nga puna të seksionit shqip të Radio Vatikanit. Megjithëse aktiviteti fetar dhe liria e ushtrimit të besimit kanë qenë të ndaluara në Shqipërinë komuniste, sërish ka pasur shumë dëgjues të Radio Vatikanit që ndiqnin fshehurazi programet e saj.

Pas miratimit të ligjit për mediat audiovizive të vitit 2013, AMA, ka miratuar akte nënligjore që kanë bërë të mundur qartësimin e procedurave të licencimit të tyre, duke e konsoliduar këtë pjesë të tregut audioviziv, në shërbim të komuniteteve fetare dhe ndjekësve të transmetimeve të tyre.

Drejtuesit e radiove fetare të komunitetit, Radio Spektrum (e besimit mysliman), Radio Maria (e besimit katolik) dhe Radio Ngjallja (e besimit ortodoks), prezantuan gjatë aktivitetit profilin e stacionit të tyre, si dhe përpjekjet që ato bëjnë për t’u përshtatur me zhvillimet e reja teknologjike dhe përhapjen në shkallë të gjerë të internetit

AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE FESTON 20 VJETORIN E THEMELIMIT

Autoriteti i Mediave Audiovizive, në majin e vitit 2019, festoi 20 vjetorin e krijimit. Me këtë rast u organizua edhe një pritje festive. Në ceremoni morën pjesë personalitete të ndryshme me kontribut në fushën e mediave audiovizive, deputetë, gazetarë, analistë, opinionistë, akademikë, partnerë të AMA-s, si dhe përfaqësues të mediave në Shqipëri. Këtë përvjetor e nderuan edhe ish-funksionarë të Autoritetit të Mediave Audiovizive.

Fjalët përshëndetëse u mbajtën nga Zëvendëskryetarja e Kuvendit të Republikës së Shqipërisë, znj.Vasilika Hysi dhe nga Kryetari i AMA-s, z. Gentian Sala.

Znj. Hysi vlerësoi punën e deritanishme të bërë nga Autoriteti. Sipas saj, AMA ndikon drejtpërdrejt në edukimin mediatik të qytetarëve dhe, po ashtu, në profesionalizimin e gazetarëve, në raportimin e lajmeve dhe në të gjitha hallkat e një medie më të lirë dhe të pavarur.

Në fjalën e tij, z. Gentian Sala bëri një rezyme të historikut të Autoritetit për këto 20-vite. Ai falënderoi secilin që ka dhënë kontributin e tij në këtë veprimtari deritanishme. Ceremonia e 20-vjetorit të themelimit të AMA-s përkoi me Ditën Botërore të Lirisë së Shtypit.

Mbrëmja vijoi nën një atmosferë festive, me muzikë dhe përshëndetje mes të ftuarve.

20

AUTORITETI I
MEDIAVE
AUDIOVIZIVE
FESTOJMË
THE
PLAZA
TIRANA

20 VJET SFIDA, PËRPJEKJE, ARRITJE PËR MEDIA TË LIRË

AUTORITETI I
MEDIAVE
AUDIOVIZIVE

AUTORITETI I
MEDIAVE
AUDIOVIZIVE

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