

REVISTA AUDIOVIZIVE

Media audiovizive
shqiptare përballë
standardeve dhe
sfidave të
integritit

Aktualitet

Përmbajtjet e dëmshme mediatike
dhe pasojat e tyre në shoqëri

Analizë

Zgjedhjet e 11 Majit, AMA monitoroi me
profesionalizëm fushatën zgjedhore

Përmbajtja



Aktualitet

Media audiovizive shqiptare përballë standardeve dhe sfidave të integritetit

Përmbajtjet e dëmshme mediatike dhe pasojat e tyre në shoqëri



Integrimi

AMA dhe procesi i integritetit europian, një angazhim për demokraci mediatike dhe sfidat e ndryshimeve ligjore



Partneritet

AMA nënshkruan marrëveshje bashkëpunimi me ISHMT dhe Inspektoratin e Punës: Prioritet, mbrojtja e gazetarëve dhe e të drejtës së transmetimit



Edukim Mediatik

Efektet e mundshme, të dëmshme, të përdorimit të IA

8 këshilla për një strategji të suksesshme të Prindërimit Digjital

Këshilli i Ankesave

Mes ndërgjegjësimit dhe përgjegjësisë – rregullimi si bashkëveprim



Analizë

Zgjedhjet e 11 Majit, AMA monitoroi me profesionalizëm fushatën zgjedhore



Nisma “Fol Shqip”

Fjalë të huaja të panevojshme të përdorura në media



Intervista

Dr. Elona Gjata: Ka ardhur momenti të hartohet një udhëzues gjuhësor për median



Publikime

Roli dhe ndikimi i medias audiovizive në mbrojtje të shëndetit mendor

AI në mediat audiovizive në Shqipëri



Studime

700 MHz dhe rruga drejt Integritetit Digjital European

MEDIA AUDIOVIZIVE SHQIPTARE PËRBALLË STANDARDEVE DHE SFIDAVE TË INTEGRIMIT



Armela Krasniqi
Kryetare e AMA-s

Risitë në teknologjinë e informacionit dhe komunikimit, jo vetëm kanë krijuar mundësi të reja për të dhënë dhe marrë informacion, por kanë sjellë dhe sfida të reja. Platformat e mediave sociale në veçanti, kanë transformuar të gjitha aspektet e medias, përfshirë lirinë e shprehjes. Dhënia e informacionit dhe ekspozimi i publikut ndaj informacionit ka marrë përmasa të jashtëzakonshme sasiore dhe në të njëjtën kohë ka sjellë edhe diskutimin e diversitetit cilësor të këtij informacioni që qarkullon lehtësisht. Ndërkohë, shpërndarja e përmbajtjeve në një shkallë të gjerë, i ka hapur rrugë pjesëmarrjes së qytetarëve në sferën publike, por gjithashtu ka rritur edhe kërcënimet që rrjedhin nga dezinformimi online, gjuha e urrejtjes, fenomeneve të ndryshme negative, duke rrezikuar realisht formësinë e një audience të fortë dhe të orientuar si duhet në marrjen e vendimeve. Industria e medias është bërë gjithashtu shumë e varur nga platformat e mediave sociale duke ndjerë nevojën e përshtatjes me transformimet digjitale të proceseve të tyre të prodhimit dhe shpërndarjes së lajmeve, duke ndryshuar rrënjësisht rutinat tradicionale në profesionin e gazetarisë. Këto ndryshime kaq të mëdha kanë vënë përballë sfidash të reja punën e rregullatorëve, duke rikonceptuar proceset e Vetërregullimit, Bashkërregullimit apo edhe rregullimet e mëtejshme ligjore të tregut mediatik.

Dhënia e informacionit dhe ekspozimi i publikut ndaj informacionit ka marrë përmasa të jashtëzakonshme sasiore dhe në të njëjtën kohë ka sjellë edhe diskutimin e diversitetit cilësor të këtij informacioni që qarkullon lehtësisht



Ka lindur kështu nevoja e rregullimit dhe përshtatjes së dispozitave të përgjithshme ligjore për mbrojtjen e publikut nga të gjitha fenomenet negative që ndeshen rëndom online, për mbrojtjen e fëmijëve, të drejtat e komuniteteve, të drejtat e njeriut, veçanërisht lirinë e shprehjes, të drejtën për informim, privatësinë, mbrojtjen e të dhënave personale etj. Kjo sepse mbrojtja online është po aq e rëndësishme sa edhe mbrojtja offline.



fundit, fushëveprimi i AVMSD-së është zgjeruar për të mbuluar shërbimet e para audiovizive sipas kërkesës dhe së fundmi, në vitin 2018 edhe Platformat e Ndarjes së Videove (VSP) që shpërndajnë përmbajtje të gjeneruara nga përdoruesit. Me transpozimin e AVMSD-së në ligjin organik të AMA-s, qëllimi ka qenë i qartë dhe në të njëjtën linjë me atë të AVMSD-së: Krijimin e një fushe loje të barabartë për mediat audiovizive në zhvillimin dhe ofrimin e rregullave për të formësuar zhvillimet teknologjike, mbrojtjen e përdoruesve nga urrejtja dhe fëmijët nga dëmet në internet, si dhe mbrojtjen e pluralizmit në media dhe garantimin e pavarësisë së rregullatorit.

Ky mund të quhet një mision i përmbushur për AMA-n, i plotësuar edhe me aktet nënligjore të miratuara tashmë në funksion të zbatimit të ndryshimeve të kryera. Përmend rregulloren për “Strukturën e pronësisë dhe transparencën e të dhënave të lidhura me pronësinë e OSHMA-ve” apo ajo për “Kërkesat e posaçme që ofruesit e Platformave të Shpërndarjes së Videove”, duhet të përmbushin për krijimin e ofrimin e sistemeve transparente, efektive e miqësore në përdorim. Këto akte nënligjore kanë shërbyer për rregullimin e mëtejshëm të tregut audioviziv shqiptar dhe kanë përmbushur një pjesë të qenësishme të detyrimeve që rrjedhin nga procesi i integritimit.



Pikërisht këtu nis edhe një nga sfidat e punës sonë

Propozimet rregullatore të Komisionit Europian, mbi tema të tilla si: rregullimi i përmbajtjes së mediave online në lidhje me gjuhën e urrejtjes dhe mbrojtjen e të miturve, përhapja virale e lajmeve të rreme në mediat sociale dhe lufta kundër piraterisë, që përfshin të drejtat e autorit dhe ato të transmetimit, janë rikonceptuar tërësisht.

Përmirësimi i ligjeve, miratimi dhe hyrja në fuqi e disa akteve të rëndësishme rregullatore, kanë ardhur si përgjigje e BE-së ndaj digjitalizimit të shpejtë të përmbajtjes mediatike dhe rritjes së shpërndarjes globale online, përmes platformave të ndryshme.

Duke qenë pjesë e pashmangshme e këtyre ndryshimeve teknologjike, pjesë e një tregu të përbashkët global, duke punuar për rregullimin e mëtejshëm të tregut mediatik audioviziv, por edhe në përmbushje të detyrimeve që rrjedhin nga procesi i integritimit në Bashkimin Europian, AMA ka qenë e vëmendshme ndaj çdo përmirësimi ligjor europian, me detyrën e reflektimit dhe transpozimit të tyre në legjislacionin tonë.

Kemi bërë transpozimin e plotë të Direktivës së Shërbimeve të Medias Audiovizive (AVMSD). Kjo Direktivë, e miratuar për herë të parë në vitin 2010, është pjesa qendrore e politikës së medias në BE. Gjatë rishikimeve të shumta, gjatë dy dekadave të



Ndërkohë, akte të reja europiane kanë hyrë në fuqi në BE dhe teknologjia vazhdon të përparojë me hapa të jashtëzakonshëm, ç'ka do të thotë se sfidat ndjekin njëra-tjetrën dhe përshtatja e legjislacionit tonë me atë të BE-së është një proces që vazhdon në mënyrë të pandërprerë.

Që nga koha e miratimit të AVMSD-së, BE-ja ka ecur përpara në mënyrë progresive me masa ligjore, rregullatore dhe politike që synojnë t'i përgjigjen kërcënimeve digjitale, siç janë: dezinformimi, shfrytëzimi joetik i asimetrisë së informacionit përmes aftësive të përparuara teknologjike, mungesa e transparencës dhe llogaridhënies, rreziqet për lirinë e shprehjes apo përdorimet e Inteligjencës Artificiale. BE-ja i ka kushtuar shumë rëndësi zhvillimit të standardeve etike në të gjithë Europën, veçanërisht në trajtimin e Dezinformimit dhe ka ofruar mekanizma Bashkërregullues përmes Kodit të Praktikës mbi Dezinformimin (2018 dhe 2022), Aktin e Tregjeve Digjitale (DMA), Aktin e Shërbimeve Digjitale (DSA) dhe Aktin European për Lirinë e Medias (EMFA). Gjatë dy viteve të fundit, BE-ja nuk ka reshtur përpjekjen për të përshtatur dhe modernizuar legjislacionin e vet dhe rregulloret që lidhen me median në fushat e mëposhtme:

- Rregullimi i përmbajtjeve mediatike në platformat online
- E drejta e autorit në epokën digjitale
- Mbrojtja e lirisë dhe pluralizmit të medias
- Mbrojtja e të dhënave dhe privatësia

Këto akte europiane, me ndikim në politikat mediatike të Bashkimit European, natyrisht që kanë qenë standardet kryesore orientuese edhe të punës së AMA-s, për rregullimin e mëtejshëm të tregut mediatik audioviziv në Shqipëri. Ato kanë pasur ndikim themelor në formësimin e mënyrës se si AMA e kryen rolin e vet rregullator duke

përmbledhur një sërë përshtatjesh ligjore me ato të legjislacionit të BE-së, disa të kryera e disa në proces.

Konkretisht janë disa fusha që janë prekur nga këto ndryshime dhe që përfshijnë:

- Konceptin e Platformave të Shpërndarjes së Videove, duke vendosur disa standarde mbi mbrojtjen e të drejtave të individit, detyrime të raportimit dhe rregullimin e përmbajtjes së reklamave.
- Konceptin e Bashkërregullimit dhe Vetërregullimit në përgatitjen e kodeve të sjelljes që përcaktojnë standardet dhe praktikën që respektohen nga Ofruesit e Shërbimeve Mediatike, të cilët ofrojnë përmbajtje mediatike audio dhe audiovizive.
- Edukimin Mediatik si pjesë e rëndësishme e njohurisë dhe të kuptuarit, që i mundëson publikut të përdorin në mënyrë të sigurt dhe efektive përmbajtjet audio dhe audiovizive.
- Transparencën e pronësisë së medias, e cila parashikon detyrimin e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizive që të bëjnë publik informacionin në lidhje me strukturën e tyre të pronësisë, duke përfshirë edhe pronarët përfitues.

Këto ndryshime në ligjin organik të AMA-s janë shoqëruar edhe me një sërë aktesh nënligjore të rëndësishme, por ajo që vlen të përmendet është edhe fakti se përshtatja e legjislacionit shqiptar me atë të BE-së natyrisht që na ka vënë përballë sfidash të reja dhe të panjohura. Kjo vlen për çdo vend dhe ent rregullator, pavarësisht nëse është brenda apo jashtë kufirit zyrtar të Bashkimit European, të rajonit të Mesdheut apo të Ballkanit.

Një përgjigje e BE-së ndaj fuqisë në rritje të platformave online, ishte miratimi i paketës së Aktit të Shërbimeve Digjitale (DSA), e cila synonte të "krijonte një hapësirë digjitale më të sigurt, ku mbrohen të drejtat themelore të përdoruesve dhe të krijohet një fushë loje të barabartë për bizneset". DSA dhe rregullorja e saj simotër, Akti i Tregjeve Digjitale (DMA), i miratuar nga Parlamenti European në vitin 2022, filluan të zbatoheshin gradualisht, deri në shkurt të vitit 2024, kur hynë plotësisht në fuqi.

DSA-ja krijoi një kornizë rregullatore uniforme për ofruesit e shërbimeve ndërmjetëse duke përfshirë platformat online të zbatueshme drejtpërdrejt në të gjithë BE-në. DSA-ja nuk vendos asnjë rregull shtesë specifik për përmbajtjen mediatike ose shpërndarjen e saj online, përveç dispozitës që përcakton se ajo që është e paligjshme në botën jo virtuale, mbetet e tillë edhe online.

Gjithsesi DSA-ja prezanton mekanizma për t'u mbrojtur nga përmbajtjet e paligjshme online. Në përshtatje me DSA-në edhe në ligjin organik të AMA-s, konkretisht në nenin 32 është përcaktuar detyrimi për Ofruesit e Shërbimeve të Shpërndarjes së Videove për përmbajtje të përshtatshme me rregullat kombëtare dhe ndërkombëtare, për mbrojtjen e të miturve dhe shmangien e përmbajtjes së paligjshme.

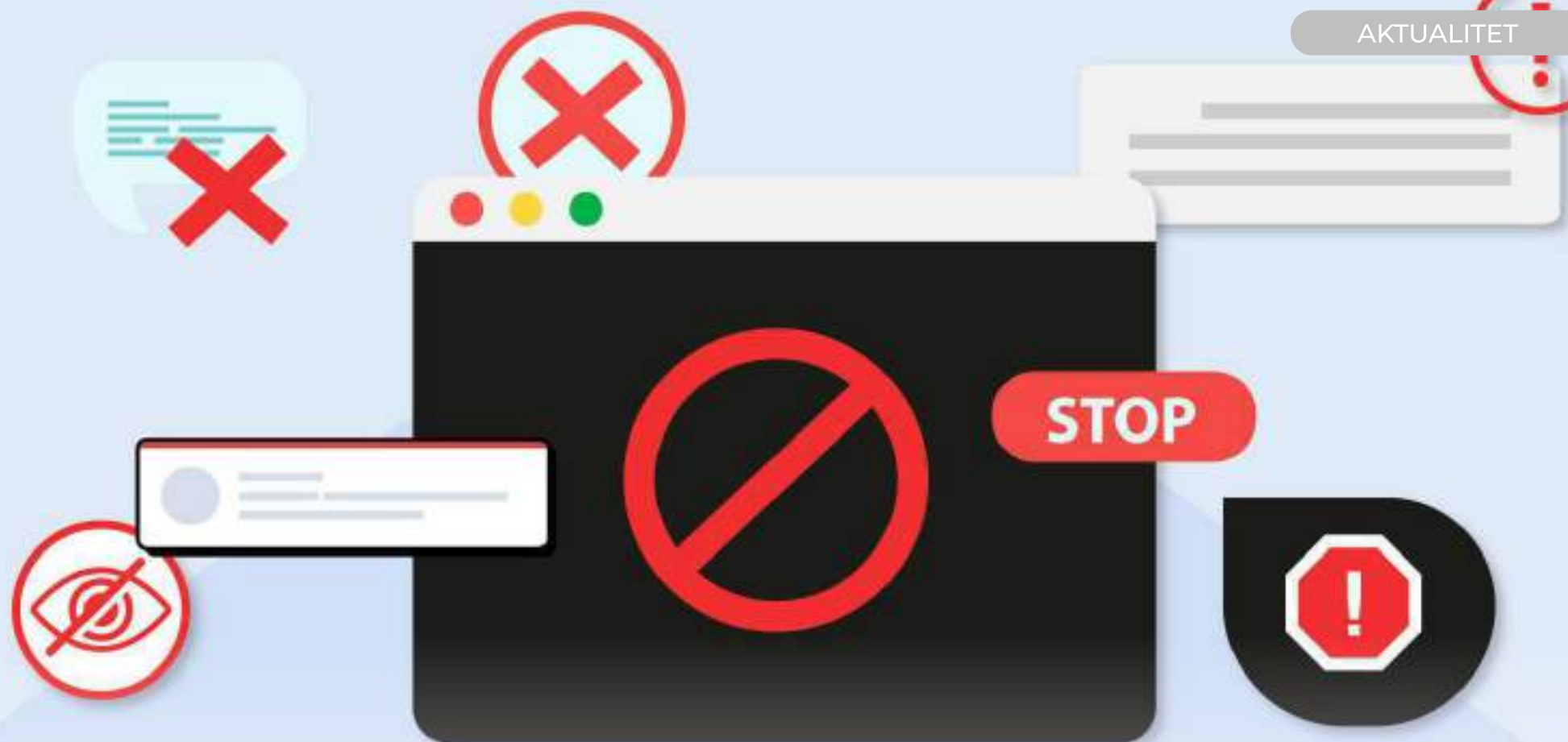
Ndërsa në nenin 32/1 ka një shtesë që specifikon masat që Platformat e Shpërndarjes së Videove duhet të marrin për të siguruar përmbajtje të përshtatshme për të miturit dhe për të mbrojtur të drejtat e përdoruesve. Duhet sqaruar se DSA-ja ka një fushë të gjerë zbatimi për të gjitha platformat që ofrojnë shërbime në BE, duke përfshirë Platformat e Shpërndarjes së Videove. Pra, edhe në legjislacionin tonë i është kushtuar rëndësi përmbajtjes së paligjshme dhe mbrojtjes së të miturve, duke kërkuar që platformat të zbatojnë masa për të siguruar që përmbajtja e shpërndarë të jetë në përputhje me ligjet dhe standardet përkatëse. Gjithashtu, në përshtatje të legjislacionit tonë janë bërë ndryshime që lidhen me mbrojtjen e të miturve nga përmbajtjet e dëmshme, përdorimin e të dhënave dhe reklamimi, transparenca etj.

Një akt tjetër i rëndësishëm është edhe Akti European për Lirinë e Medias (EMFA). Kjo paketë legjislative e propozuar nga Komisioni European ka për qëllim të mbrojtë dhe promovojë lirinë e medias dhe shumëllojshmërinë e saj në Bashkimin European (BE). Ky akt është një pjesë e rëndësishme e përpjekjeve të BE-së për të siguruar një mjedis mediatik të lirë dhe të pavarur në të gjitha shtetet anëtare. Në kuadër të miratimit, hyrjes në fuqi dhe transpozimit të kësaj pakete, AMA po punon ta reflektojë ligjërisht në disa drejtime, duke filluar nga matja e shikueshmërisë, te pavarësia e rregullatorit, reklamat institucionale, pavarësinë editoriale dhe pluralizmin mediatik.

Thënë ndryshe, periudha e fundit dhe ajo aktuale e legjislacionit të BE-së në fushat e rregullimit të përmbajtjes dhe platformave të mediave online, të drejtës së autorit në epokën digjitale, mbrojtjes së lirisë dhe pluralizmit të medias, si dhe mbrojtjes së të dhënave dhe privatësisë po ofrojnë njohuri thelbësore dhe kuptimplotë mbi aspektet e ndryshme mediatike.

Të gjitha këto procese përbëjnë ndërhyrje të rëndësishme përmirësuese në ligj, që çojnë në një treg mediatik të rregulluar në të gjitha dimensionet e veta.





PËRMBAJTJET E DËMSHME MEDIATIKE DHE PASOJAT E TYRE NË SHOQËRI



Ronelda Rrapollari
Sekretar i Përgjithshëm

Ndikimi i përmbajtjeve negative mediatike është një temë gjithnjë e më e pranishme në diskursin publik dhe në sjelljet individuale. Media është një nga influencuesit më të mëdhenj të kulturës sonë sot. Ajo luan një rol jetik veçanërisht në demokraci, si një arenë debati dhe burim përgjegjshmërie. Media edukon, informon dhe argëton përmes lajmeve, opinionit, analizës, përmbajtjeve satirike e dramatike. Ajo është një rrugë kyçe përmes së cilës publiku dëgjon mbi politikën ose çështje të tjera dhe luan një rol të rëndësishëm në formimin e agjendës publike dhe në formimin e opinionit publik.

Në Shqipëri, media ka një prezencë të fortë. Aktualisht, AMA rregullon një treg që përfshin 62 transmetues, 55 radio, 18 IPTV/OTT, 66 CA/TV dhe 2 transmetues satelitorë. Platformat më të përdorura online janë META, YouTube, X, TikTok (i ndaluar përkohësisht) si dhe disa dhjetëra media online. Ashtu si në çdo vend tjetër edhe në Shqipëri komunikimi online, podcast-et, influencer-at dhe çdo formë tjetër komunikimi që ofron zhvillimi teknologjik, janë gjerësisht të pranishme. E pikërisht këtu ia vlen të ndalemi për të kuptuar që teknologjia

e ka ndryshuar përfundimisht mënyrën sesi komunikojmë, na ka sjellë përfitimet e veta e bashkë me to edhe efektet negative të këtij komunikimi masiv dhe të larmishëm.

Algoritmet digjitale po sjellin pasoja shoqërore të mëdha, ndërkohë që rastet e gjuhës së urrejtjes, ekspozimit të fëmijëve ndaj dhunës dhe drogës, dezinformimi dhe pirateria janë fenomenet më të përhapura dhe më shqetësuese.

Kur themi “Përmbajtje mediatike e dëmshme” nuk i referohemi formulës klasike mediatike, “Lajmi i keq është lajm i mirë”. Në këto kohë të boom-it teknologjik, media negative është krijuar për të manipuluar emocionet, shtrembëruar të vërtetën dhe për të maksimizuar klikimet në dëm të etikës. Përpjekja e mediave për të tërhequr audiencën në platformat digjitale me përmbajtje të shumta nën standard është bërë e dukshme, sidomos në vitet e fundit. Gazetarët përballen me një presion ekstrem për të tërhequr lexues, në mënyrë që të marrin sa më shumë klikime. Si rezultat, gazetarët filluan të përdornin tituj “clickbait” për ta fituar këtë luftë. Titujt “clickbait” mund të përkufizohen si tituj tërheqës që synojnë të nxisin lexuesit të klikojnë mbi të dhe të shikojnë artikullin përkatës. Këto tituj zakonisht janë të ndërlidhur me artikujt në faqet e lajmeve, por dhe platformat e rrjeteve sociale si Facebook, Instagram etj.,

për të arritur një audiencë më të gjerë. Duhet theksuar se këta tituj krijohen qëllimisht për të joshur përdoruesit e rrjeteve sociale që t'i shpërndajnë këto përmbajtje në profilet e tyre. Në këtë garë për audiencë, mediat nuk janë shumë të shqetësuara për ndikimin që kanë këto lloj titujsh tek besueshmëria. Reagimi i audiencës ose lexuesve ndaj këtyre titujve nuk përbën më shqetësimin kryesor për mediat.

LAJMET E RREME, DEZINFORMIMI DHE KEQINFORMIMI

Lajmet e rreme janë analizuar si një nga kërcënimet më të mëdha të shekullit XXI, ndaj Medias së Re. Historitë që lidhen me fenomenet e lajmeve të rreme janë bërë një veçori e përhershme në titujt e gazetave që në vitin 2016 dhe reflektohen gjithnjë e më shumë në rrjetet sociale. Lajmi i rremë, misinformimi, dezinformimi dhe propaganda, kanë potencialin për të polarizuar opinionin publik, për të promovuar ekstremizmin e dhunshëm dhe gjuhën e urrejtjes dhe në fund për të nënvlerësuar demokracinë dhe ulur besimin në proceset demokratike. Ekzistojnë tre kategori të ndryshme të mënyrave të përdorimit të informacionit:

Misinformim – informacion i rremë i shpërndarë pa qëllim për të shkaktuar dëm

Dezinformim – informacion i rremë i shpërndarë qëllimisht për të shkaktuar dëm

Keqinformim – informacion i rremë i shpërndarë qëllimisht ose jo, për të shkaktuar dëm

Pavarësisht se asnjë nga këto fenomene nuk është i ri, së fundmi ato kanë marrë një rëndësi të veçantë me përhapjen e formave të sofistikuar të teknologjisë së informacionit dhe komunikimit.

Polarizimi politik është gjithashtu në rritje në mbarë botën, në të dyja format e tij: Ideologjik dhe Afektiv. I pari është diferenca e opinionëve, besimeve, qëndrimeve dhe pikëpamjeve politike të kundërshtarëve politikë, ndërsa i dyti bazohet mbi identitetin në politikë dhe si theksim i identitetit brenda grupeve që mund të përkeqësojë armiqësinë ndaj grupeve të jashtme. Polarizimi afektiv vlerëson shkallën në të cilën njerëzit pëlqejnë (ose ndiejnë afërsi ndaj) aleatëve të tyre politikë dhe nuk i pëlqejnë (ose ndiejnë mungesë afërsie ndaj) kundërshtarëve të tyre politikë.



GJUHA E URREJTJES DHE RRJETET SOCIALE

Rrjetet sociale përmbajnë nivele alarmante të mesazheve urrejtëse ndaj individëve dhe grupeve, duke rrezikuar mirëqenien psikologjike dhe fizike të viktimave. Qasjet tradicionale ndaj urrejtjes online shpesh përqendrohen tek karakteristikat e autorëve dhe qëndrimet e tyre ndaj viktimave. Një teori e urrejtjes online e bazuar në miratimin shoqëror, sugjeron që individët dhe bashkëpunëtorët krijojnë mesazhe urrejtjeje për t'u shpërblyer mbi antagonizmin e tyre. Hulumtimet e fundit mbi një sërë procesesh në lidhje me këtë, mbështesin këtë pikëpamje, duke përfshirë nocione të tilla si mburrja morale, tallja politike si argëtim dhe mbështetja e bashkëmoshatarëve për dhunën ndërpersonale. Ky është vetëm një fenomen.

Efektet e medias negative janë psikologjike dhe sociale. Besimi tek institucionet zbehet, komunitetet bëhen më të ndara, të rinjtë janë më në ankth ose cinikë dhe sjelljet e dëmshme fillojnë të bëhen të pranueshme.

Media formëson normat, për mirë apo për keq. Si kanali kryesor i informacionit mbi mënyrën e funksionimit të institucioneve dhe agjentëve të tyre, media ka potencialin të influencojë në perceptimin dhe besimin e qytetarëve ndaj institucioneve. Rënia e besimit tek institucionet në dekadat e fundit ka ngritur shqetësime mbi vetë mbijetesën e demokracisë dhe rolin e medias në këtë rënie. Besimi është guri i themelit në shumicën e marrëdhënieve shoqërore, është një përcaktues kryesor i mirëqenies së individit dhe zhvillimit ekonomik. Konkretisht, besimi tek institucionet është thelbësor për stabilitetin e shoqërive dhe sistemeve politike në përgjithësi.



Në vitet e fundit zakonet e konsumit mediatik kanë ndryshuar ndjeshëm, por me intensitet të ndryshëm në varësi të rajonit. Media tradicionale ka parë një rënie të përgjithshme në audiencën e saj. Media është një nga kanalet kryesore të informimit për funksionimin e institucioneve, duke u bërë një faktor vendimtar në ndërtimin e besimit publik. Influenca e mediave në besimin institucional ndryshon gjithashtu në bazë të llojit të medias: tradicionale, digjitale, publike, private, e huaj etj. Shumëllojshmëria e informacionit mund të nxisë shumëllojshmërinë e opinioneve dhe pritshmërive të qytetarëve. Për shembull Media e Re, për shkak të nivelit të ndërveprimit dhe angazhimit që krijon, por edhe aksesueshmërisë së saj është veçanërisht e prirur të shtojë mosbesimin politik dhe ankesat ekonomike, politike dhe kulturore. Hulumtimet kanë treguar se krahasuar me mediat tradicionale, rrjetet sociale janë një terren më i pasur për përhapjen e Dezinformimit, Misinformimit, Gjuhës së Urrejtjes dhe Populizmit. Ato gjithashtu nxisin polarizimin e shoqërive.



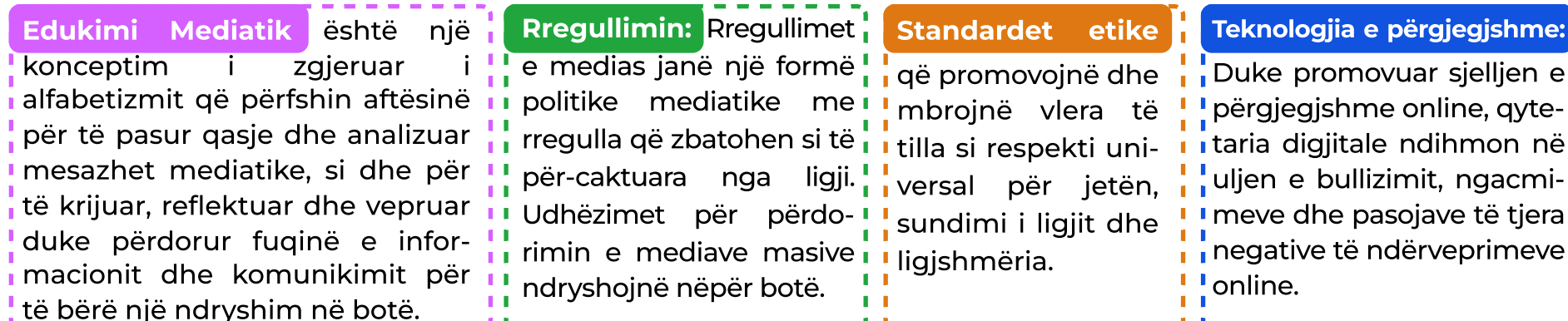
SI MUND TË ZBUTEN KËTO PASOJA?

Zhvillimi i teknologjisë ka sjellë nevojën e mediave për Vetërregullim. Në këtë pikë është i rëndësishëm respektimi i Parimeve Etike të Medias që përfshin:



Këto problematika rrjedhin si nga dinamikat e brendshme të industrisë ashtu edhe nga forcat teknologjike të jashtme. Mbikëqyrja e vogël lejon praktika jo të sinqerta, ndërsa paaftësia e publikut për të vlerësuar me sy kritik mediat, e amplifikon dëmin. Platformat digjitale gjithashtu luajnë një rol të madh në këtë ekosistem.

Për të gjitha këto arsye, për të krijuar ndryshime që zgjasin, na duhet një qasje në shumë nivele duke përfshirë:



AMA dhe Procesi i Integrimit European

NJË ANGAZHIM PËR DEMOKRACI MEDIATIKE DHE SFIDAT E NDRYSHIMEVE LIGJORE



Lediona Dalipi

Drejtore, Drejtoria e Integrimit dhe
Legjislacionit Ndërkombëtar

Rruga e Shqipërisë drejt anëtarësimit në Bashkimin European është një proces i ndërlikuar dhe i gjatë, i cili nuk kufizohet vetëm në përmbushjen e kriterëve formale, por përfshin një transformim të thellë institucional, ligjor dhe shoqëror. Në këtë udhëtim historik, çdo institucion merr mbi vete një pjesë të përgjegjësisë për të garantuar që vendi të ecë në hap me standardet dhe vlerat europiane. Në mesin e këtyre institucioneve, Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA) shquhet si një aktor i pazëvendësueshëm, jo vetëm për natyrën e tij si organ rregullator i sektorit audioviziv, por edhe për rolin e tij si urë ndërmjet politikëbërjes vendase dhe praktikave më të mira të hapësirës europiane të medias.

AMA nuk është thjesht një institucion që mbikëqyr transmetimet audiovizive, por është shndërruar në një mekanizëm themelor për garantimin e demokracisë mediatike, për sigurimin e pluralizmit dhe për mbrojtjen e interesit publik në një kohë kur transformimet teknologjike po ndryshojnë rrënjësisht mënyrën e informimit. Duke ndjekur me kujdes direktivat e Bashkimit European, nga Direktiva për Shërbimet e Medias Audiovizive (AVMSD) e deri te

aktet më të fundit si Akti European për Lirinë e Medias (EMFA) dhe Akti për Shërbimet Digjitale (DSA), AMA ka dëshmuar se është e aftë të përshtatet me sfidat e reja dhe të ofrojë politika rregullatore që mbrojnë liritë themelore, por edhe vendosin standarde të reja për transparencën dhe përgjegjësinë e operatorëve mediatikë.

Ky proces nuk është vetëm një detyrim i dalë nga negociatat për integrim, por është edhe një mision që lidhet me vetë thelbin e funksionimit të shtetit demokratik dhe me të drejtën e qytetarëve për t'u informuar në mënyrë të drejtë, të barabartë dhe të sigurt. AMA, përmes një qasjeje proaktive dhe gjithëpërfshirëse, ka treguar se e sheh integrimin european si një mundësi për të forcuar jo vetëm bazën ligjore, por edhe kulturën demokratike të vendit, duke u bërë kështu një ndër faktorët më të besueshëm në procesin e përafrimit të Shqipërisë me Bashkimin European.

ROLI I DREJTORISË SË LEGJISLACIONIT NDËRKOMBËTAR DHE INTEGRIMIT

Në këtë udhëtim institucional, një vend qendror zë Drejtoria e Legjislacionit Ndërkombëtar dhe Integrimit European, e cila mund të konsiderohet pa hezitim si zemra e procesit reformues që ka përfshirë AMA-n gjatë viteve të fundit.

Kjo drejtori ka marrë përsipër një mision të dyfishtë: nga njëra anë, të garantojë që çdo ndryshim ligjor, çdo nismë e re apo akt nënligjor i nxjerrë nga AMA të jetë i përputhshëm me *acquis communautaire* dhe nga ana tjetër, të dokumentojë, të raportojë dhe të komunikojë në mënyrë rigorozë çdo progres të bërë për kapitujt përkatës të negociatave.

Ky funksion e vendos drejtorinë në një pozitë strategjike, ku puna teknike e përditshme lidhet drejtpërdrejt me orientimin e madh politik të vendit drejt anëtarësimit në BE.

Nëpërmjet kësaj strukture, AMA ka qenë në gjendje të prodhojë raporte të detajuara, të hartojë tabela të përputhshmërisë në gjuhën shqipe dhe angleze, si dhe të zhvillojë konsultime të rregullta me ekspertë të nivelit më të lartë europian. Kontributet e saj kanë qenë vendimtare për kapitujt të tillë si Kapitulli 10 (Shoqëria e Informacionit dhe Mediat) dhe Kapitulli 23 (Gjyqësori dhe të Drejtat Themelore), të cilët përbëjnë fusha ku roli i medias dhe garantimi i lirisë së shprehjes janë themelore. Por puna e AMA-s ka kaluar edhe përtej këtyre kapitujve, duke dhënë kontribute në çështje që lidhen me barazinë në ofrimin e shërbimeve mediatike, respektimin e të drejtave të njeriut dhe përmirësimin e qeverisjes së mirë.

Pikërisht përmes këtij roli të integruar dhe gjithëpërfshirës, Drejtoria e Legjislacionit Ndërkombëtar dhe Integritimit Europian është shndërruar në motorin kryesor të transformimeve, duke garantuar që AMA të mos jetë thjesht një institucion që përshtatet me detyrime të jashtme, por një organizëm i gjallë që kontribuon me seriozitet dhe vizion në ndërtimin e një sistemi mediatik modern, transparent dhe të drejtë.



DIALOGU DHE BASHKËPUNIMI INSTITUCIONAL

Një ndër arritjet më të rëndësishme të AMA-s në procesin e integritimit europian ka qenë krijimi i një kulture të re dialogu dhe bashkëpunimi institucional, e cila shkon përtej detyrimeve të ngushta ligjore dhe merr dimensionin e një platforme gjithëpërfshirëse, ku aktorë të ndryshëm të shoqërisë kontribuojnë në ndërtimin e politikave publike në fushën e medias. Ky orientim përfaqëson një ndryshim cilësor në mënyrën se si AMA e ushtron misionin e saj, jo më si një organ i mbyllur brenda vetes, por si një institucion i hapur, transparent dhe i gatshëm për të dëgjuar, diskutuar dhe reflektuar mbi sfidat dhe zgjidhjet që lidhen me sektorin audioviziv.

Përmes tryezave të rrumbullakëta, konsultimeve publike dhe mbledhjeve të hapura, AMA ka mundësuar pjesëmarrjen e operatorëve mediatikë, shoqërisë civile, organizatave ndërkombëtare dhe komunitetit akademik në procesin e hartimit të akteve nënligjore dhe rregulloreve të reja. Ky mekanizëm jo vetëm që rrit legjitimitetin e vendimmarrjes, por gjithashtu krijon një mjedis bashkëpunues, ku problematikat dhe shqetësimet e sektorit adresohen në mënyrë institucionale dhe të strukturuar. Në këtë mënyrë, AMA ka treguar se është e ndërgjegjshme dhe integrimi europian nuk është thjesht një proces teknik, por edhe një reformë shoqërore e thellë, ku çdo aktor ka rolin dhe përgjegjësinë e vet.

Një shembull domethënës i këtij orientimi është nënshkrimi i Memorandumit të Bashkëpunimit me Inspektoratin Shtetëror të Punës dhe Shërbimeve Shoqërore. Ky akt, i miratuar pas një procesi



konsultimesh të gjera, synon jo vetëm monitorimin e kushteve të punës në sektorin mediatik dhe mbrojtjen e punëmarrësve, por edhe forcimin e kontratave të punës dhe respektimin e të drejtave themelore të gazetarëve dhe profesionistëve të medias. Në këtë rast, AMA ka treguar se e kupton rolin e saj si një garant jo vetëm i standardeve ligjore, por edhe i dinjitetit profesional dhe i mirëqenies së atyre që mbajnë mbi shpatulla barrën e informimit publik.

Në planin ndërkombëtar, AMA ka fituar peshë dhe besueshmëri përmes një angazhimi aktiv në rrjetet e rregullatorëve europianë dhe rajonalë. Pjesëmarrja në organizata si EPRA, ERGA, MNRA, EMIL dhe TAIEX i ka mundësuar AMA-s jo vetëm të marrë përvojat më të mira të vendeve të tjera, por edhe të japë kontributin e saj të drejtpërdrejtë mbi temat që prekin median dhe shërbimet digjitale. Përmes pyetësorëve, raporteve dhe prezantimeve të ndryshme, AMA është bërë një zë i dëgjuar në tryezat ku diskutohet e ardhmja e qeverisjes së platformave online, mbrojtja e fëmijëve në mjedisin digjital dhe garantimi i lirisë së shprehjes.

Një moment kulmor i këtij angazhimi ndërkombëtar ishte workshop-i i organizuar në Tiranë, në qershor 2025, me temë “Transpozimi i Kuadrit Ligjor të BE-së mbi Mediat dhe Shërbimet Digjitale: Përgatitja e Shqipërisë për Integrim”. Ky aktivitet, i zhvilluar nën kujdesin e Këshillit të Europës dhe homologut italian AGCOM, solli në kryeqytetin shqiptar ekspertë të nivelit më të lartë nga institucionet europiane. Ndër ta spikati Francesco Sciacchitano – drejtues i disa prej grupeve të punës të EMFA Media Board në Bruksel – i cili theksoi rolin e rëndësishëm që rregullatorët kombëtarë si AMA kanë në garantimin e integritetit të informacionit dhe pluralizmit mediatik. Në këtë forum, AMA prezantoi draftin paraprak të ndryshimeve ligjore, të ndërtuara mbi tri shtylla themelore: integritetin e informacionit, garantimin e pluralizmit dhe mbrojtjen e përdoruesve të vegjël në platformat digjitale. Ky moment përbën një dëshmi të qartë se Shqipëria, përmes AMA-s, nuk është thjesht ndjekëse e politikave të BE-së, por një kontribuese aktive në ndërtimin e tyre.

RAPORTIME DHE MONITORIME NDËRKOMBËTARE

Në procesin e integritetit europian, raportimi dhe monitorimi përbëjnë një dimension të domosdoshëm, sepse përmes tyre matet jo vetëm përparimi teknik i një vendi, por edhe aftësia institucionale për të mbajtur një standard të qëndrueshëm e të besueshëm. Për këtë arsye, AMA ka ndërtuar një praktikë të konsoliduar raportimesh



dhe kontributesh të rregullta, duke u kthyer në një prej institucioneve shqiptare që ofron informacion të strukturuar, të detajuar dhe të verifikueshëm për partnerët ndërkombëtarë. Kjo qasje nuk është thjesht një detyrim burokratik, ajo është shndërruar në një mjet për të dëshmuar seriozitetin e Shqipërisë dhe besueshmërinë e institucioneve të saj përballë Bashkimit Europian dhe organizatave të tjera ndërkombëtare.

Raportet e përgatitura nga AMA kanë mbuluar një gamë të gjerë temash që lidhen drejtpërdrejt me të drejtat dhe liritë themelore. Për Agjencinë e Bashkimit Europian për të Drejtat Themelore (FRA), AMA ka dorëzuar raporte të detajuara mbi incidentet antisemitike dhe diskriminimin, duke kontribuar në hartimin e një tabloje sa më të plotë të situatës në vend. Për Komitetin e Ekspertëve të Këshillit të Europës kundër Trafikimit të Qenieve Njerëzore (GRETA), AMA ka raportuar mbi zbatimin e Konventës kundër Trafikimit, me fokus në mbrojtjen e viktimave dhe në rolin e medias për rritjen e ndërgjegjësimit publik. Ndërkohë, për Komisionin Europian kundër Racizmit dhe Intolerancës (ECRI), AMA ka raportuar mbi fenomenin e gjuhës së urrejtjes në media, duke ofruar statistika, raste konkrete dhe masa të ndërmarra për parandalimin dhe adresimin e këtij fenomeni shqetësues. Veç këtyre, AMA ka kontribuar edhe në procese të tjera të rëndësishme ndërkombëtare, si raportet për UNESCO dhe International IDEA, ku është kërkuar informacion mbi rolin e medias dhe rregullatorit në periudhat zgjedhore, mbi qeverisjen e platformave digjitale dhe mbi garantimin e

transparencës në përdorimin e fondeve publike. Këto raporte nuk kanë qenë thjesht formale, ato janë produkte të një pune të thellë analitike, që reflektojnë përpjekjet e AMA-s për të treguar realitetin shqiptar pa retushime, duke vënë në dukje arritjet, por edhe sfidat e mbetura. Pikërisht kjo transparencë e ka bërë AMA-n një partner të besueshëm në sytë e institucioneve ndërkombëtare, sepse integrimi nuk kërkon vetëm arritje, por edhe ndershmëri për të pranuar boshllëqet dhe për të punuar për mbushjen e tyre.

Kjo praktikë raportimi e ka konsoliduar AMA-n si një aktor kyç në sistemin e monitorimit ndërkombëtar. Duke qenë se fushat e saj të punës prekin drejtpërdrejt lirinë e shprehjes, mbrojtjen e të drejtave të njeriut dhe qeverisjen demokratike, AMA ka arritur të pozicionohet si një institucion që jo vetëm zbaton ligjin, por edhe kontribuon në ndërtimin e një narrative pozitive për Shqipërinë. Në këtë mënyrë, raportimet e saj nuk kanë qenë kurrë të ftohta dhe mekanike, ato kanë qenë dëshmi të një angazhimi të vërtetë institucional, që synon ta vendosë vendin në të njëjtin nivel me praktikat më të mira të vendeve anëtare të BE-së.

TRANSPARENCA DHE PRONËSIA MEDIATIKE

Një nga dimensionet më të ndjeshme të tregut të medias është çështja e pronësisë mediatike dhe ndikimeve që burojnë prej saj mbi lirinë



editoriale, pluralizmin dhe besueshmërinë e informacionit. Në një mjedis ku interesat ekonomike shpesh ndërthuren me ato politike, transparencja e pronësisë bëhet një instrument jetik për të mbrojtur jo vetëm konsumatorin e informacionit, por edhe vetë demokracinë. Pikërisht për këtë arsye, AMA i ka dhënë një rëndësi të veçantë kësaj fushe, duke ndërmarrë hapa konkretë që vendosin Shqipërinë gjithnjë e më pranë standardeve europiane të transparencës. Një ndër arritjet më të prekshme ka qenë përditësimi i listave të Ofruesve të Shërbimeve Mediatike Audiovizive (OSHMA) dhe publikimi i tyre në gjuhën shqipe dhe angleze. Këto lista nuk janë vetëm një inventar teknik, ato përmbajnë informacione të detajuara mbi strukturat e pronësisë, pronarët përfitues dhe përqindjet respektive të zotërimit, duke e bërë të mundur që publiku, institucionet dhe partnerët ndërkombëtarë të kenë një panoramë të qartë mbi mënyrën se si strukturohet tregu i medias në vend. Kjo transparencë ka dy funksione thelbësore, nga njëra anë, kufizon rreziqet që burojnë nga përqendrimi i tepërt i pronësisë dhe mungesa e pluralizmit dhe nga ana tjetër, forcon besueshmërinë e tregut mediatik shqiptar në sytë e partnerëve ndërkombëtarë. Këto masa janë plotësuar me kontributet e AMA-s në proceset që lidhen me matjen e audiencës. Në këtë mënyrë, AMA ka treguar se nuk mjaftohet vetëm me rolin e saj rregullues klasik, por merr përsipër edhe funksionin e një garanti të barazisë së kushteve dhe i një mbrojtësi të interesit publik në marrëdhëniet midis medias dhe shtetit.

Kjo qasje përkon edhe me pritshmëritë e Bashkimit European, i cili e sheh transparencën e pronësisë si një element kyç të demokracisë mediatike dhe si një mekanizëm për të shmangur ndikimet e fshehta apo të papërshtatshme mbi linjat editoriale të mediave. Duke e përqafuar këtë standard, AMA i jep një mesazh të qartë opinionit publik, se qëllimi nuk është vetëm të harmonizohet

ligji me direktivat europiane, por edhe të garantohet një mjedis i pastër, i drejtë dhe i ndershëm informimi, ku qytetarët të kenë besim se informacioni që marrin nuk është produkt i interesave të ngushta, por i një procesi të hapur dhe transparent.

SFIDAT E NDRYSHIMEVE LIGJORE

Megjithëse progresi i bërë gjatë viteve të fundit është i dukshëm dhe i vlerësuar edhe nga partnerët ndërkombëtarë, procesi i transpozimit të *acquis* dhe reformave rregullatore nuk ka qenë i lehtë. Në fakt, ai ka shoqëruar AMA-n me një sërë sfidash strukturore, teknike dhe institucionale, të cilat kërkojnë vëmendje dhe zgjidhje të vazhdueshme. E para sfidë lidhet me dinamikën e shpejtë të zhvillimeve teknologjike. Në një kohë kur platformat digjitale transformohen me ritme marramendëse dhe shërbimet e reja mediatike shfaqen në treg pothuajse çdo muaj, AMA përballet me detyrimin për të përshtatur rregulloret e saj në mënyrë të vazhdueshme. Shërbimet OTT, rrjetet sociale dhe fenomenet e reja të shpërndarjes së përmbajtjeve kanë kërkuar që rregullatori të mos mbështetet vetëm në parimet klasike të licencimit dhe mbikëqyrjes, por të zhvillojë instrumente të reja të monitorimit, që të jenë efektive edhe në një hapësirë digjitale, ku kufijtë tradicionalë janë zbehur.

Një sfidë tjetër, po aq e ndërlikuar, është ruajtja e balancës mes lirisë së shprehjes dhe nevojës për rregullim. Në një shoqëri demokratike, liria e shprehjes është një ndër shtyllat themelore të funksionimit të shtetit, por kjo liri nuk është absolute, ajo shoqërohet me përgjegjësi dhe kufij, sidomos kur bëhet fjalë për mbrojtjen e të miturve, parandalimin e gjuhës së urrejtjes dhe sigurimin e një informimi të saktë. AMA është vendosur shpesh në një pozicion të vështirë, ku duhet të garantojë se masat rregullatore nuk shndërrohen në kufizime të panevojshme të lirisë së medias, por mbeten në linjë me parimin e proporcionalitetit që kërkohet nga standardet e BE-së. Ky është një ekuilibër delikat, i cili kërkon reflektim të përhershëm, konsultim të gjerë dhe transparencë të plotë në vendimmarrje.

Sfida e tretë lidhet me burimet njerëzore dhe teknike të kufizuara. Një institucion rregullator që operon në një treg gjithnjë e më kompleks duhet të ketë jo vetëm vullnetin politik dhe juridik për të ndërmarrë reformat e nevojshme, por edhe kapacitetet teknike e profesionale për t'i zbatuar ato në praktikë. Shpeshherë, AMA është përballur me mungesën e mjeteve të mjaftueshme për të zhvilluar monitorime të plota në kohë reale, apo për të ndjekur me efikasitet rastet e shkeljeve në platformat digjitale. Kjo e ka bërë të domosdoshëm



kërkimin e asistencës së partnerëve ndërkombëtarë, përmes projekteve të Këshillit të Europës, Komisionit European dhe organizatave të tjera që kanë ofruar ekspertizë, trajnime dhe mbështetje teknike.

Këto sfida tregojnë se procesi i integritimit nuk është vetëm një çështje e miratimit të ligjeve të reja, por një proces i gjallë transformimi, ku çdo hap përpara kërkon jo vetëm vullnet, por edhe aftësi për të përballuar sfidat e reja me profesionalizëm. AMA, me gjithë vështirësitë, ka treguar se është e aftë të ecë përpara, duke e parë çdo pengesë jo si një mur ndalues, por si një mundësi për të ndërtuar kapacitete të reja dhe për të forcuar rolin e saj si garant i interesit publik dhe si partner i besueshëm i Bashkimit European.



rregullator modern dhe dinamik. Një hap i madh u shënua me miratimin e rregullores për transparencën e pronësisë së OSHMA-ve, përmes vendimit nr. 40, datë 26.04.2024. Kjo rregullore vendosi detyrime të qarta për deklarimin e pronarëve përfitues, origjinën e financimeve dhe çdo konflikt interesi, duke e vendosur Shqipërinë në të njëjtën linjë me kërkesat e Akti European për Lirinë e Medias (EMFA) dhe Direktivën 2018/1808. Për herë të parë, publiku shqiptar dhe partnerët ndërkombëtarë fituan qasje në një bazë të dhënash grafike të publikuar në faqen zyrtare të AMA-s, ku çdo qytetar mund të informohet mbi pronarët realë të mediave dhe mbi strukturën e tyre financiare. Ky zhvillim, përtej detyrimit ligjor, është një akt demokratizues, sepse synon të largojë hijet e dyshimit mbi përqendrimet e pronësisë dhe ndikimet e padukshme në sektorin mediatik.

Një tjetër hap vendimtar ishte miratimi i Rregullores për platformat e shpërndarjes së videove, me vendimin nr. 128, datë 23.12.2024. Kjo rregullore përcakton standarde të reja transparence, mbrojtjeje dhe përgjegjësie për operatorët që veprojnë në hapësirën digjitale. Në veçanti, ajo synon të garantojë një mbrojtje më të fortë për fëmijët dhe grupet vulnerabel, të cilët shpesh janë më të ekspozuar ndaj përmbajtjeve të dëmshme.

Në të njëjtën kohë, sfidat e tregut audioviziv dhe digjital kanë nxitur AMA-n të marrë masa të forta për luftën kundër piraterisë dhe mbrojtjen e të drejtave të autorit. Shpërndarja e paautorizuar e përmbajtjeve audiovizive mbetet një plagë e vjetër e tregut shqiptar, që dëmton prodhuesit ligjorë, dobëson konkurrencën e ndershme dhe i heq publikut mundësinë për të përfituar shërbime cilësore. Me vendimin nr. 73, datë 22.08.2025, Bordi i AMA-s miratoi ndryshime të rëndësishme në Rregulloren “Për Procedurat dhe Kriteret e Dhënies së Autorizimeve” (nr. 99, datë 07.06.2017, e ndryshuar). Këto ndryshime imponojnë detyrime më të rrepta për ofruesit e shërbimeve audiovizive, duke u kërkuar të operojnë vetëm brenda fushës së autorizimeve të marra dhe duke parandaluar abuzimet. Procesi i rishikimit të kësaj rregulloreje u zhvillua përmes një procesi të gjerë konsultimesh publike me transmetuesit, platformat digjitale dhe shoqërinë civile, gjë që e bëri dokumentin final një reflektim të ekuilibruar mes interesit publik, kërkesave të tregut dhe standardeve europiane. Këto masa të ndërmarra gjatë viteve 2024–2025 janë dëshmi e qartë se AMA është një institucion në transformim të vazhdueshëm, i cili i përgjigjet sfidave të kohës jo me vonesë, por me veprime të guximshme dhe konkrete.

Përmes tyre, AMA ka treguar se është e gatshme të shërbejë si një rregullator që nuk kufizohet vetëm në harmonizimin e ligjeve me acquis-in, por ndërton instrumente të drejtpërdrejta për mbrojtjen e pluralizmit, të drejtave të qytetarëve dhe sigurisë së hapësirës mediatike në vend.

AKTE NËNLIGJORE DHE SFIDA TË REJA RREGULLATORE

Një prej dimensioneve më konkrete dhe të prekshme të punës së AMA-s lidhet me hartimin, miratimin dhe zbatimin e akteve nënligjore dhe rregulloreve, të cilat përkthejnë ligjin në instrumente praktike, duke bërë të mundur që parimet dhe detyrimet e shkruara në ligj të shndërrohen në realitet funksional për tregun e medias. Përmes këtyre akteve, AMA ka treguar se nuk kufizohet vetëm në rol mbikëqyrës, por është një aktor proaktiv, që ndërton mekanizma të qartë zbatimi, duke e forcuar kështu pozitën e saj si

PERSPEKTIVA DHE VIZION PËR TË ARDHMEN

Në një epokë ku kufijtë midis medias tradicionale dhe platformave digjitale janë zbehur pothuajse krejtësisht, AMA gjendet përpara një horizonti të ri sfidash, por edhe mundësish. Procesi i integritit europian nuk është më thjesht një detyrim i lidhur me miratimin e ligjeve të reja, por është shndërruar në një udhërrëfyes për transformimin e të gjithë sektorit audioviziv dhe digjital në Shqipëri. Në këtë kuptim, AMA është e thirrur të mos jetë vetëm një organ rregullues, por një aktor vizionar, që orienton zhvillimet mediatike drejt një modeli të qëndrueshëm, të drejtë dhe të harmonizuar me vlerat demokratike të Bashkimit Europian.

Një tjetër element thelbësor i vizionit për të ardhmen është forcimi i kapaciteteve të brendshme institucionale. Integrimi nuk është një proces që përmbushet vetëm me dokumente e raporte, ai kërkon një forcim real të kapaciteteve njerëzore dhe teknike. Për këtë arsye, AMA ka parashikuar një program të vazhdueshëm trajnimesh, shkëmbimesh ndërkombëtare dhe investimesh në teknologji, në mënyrë që stafi i saj të ketë instrumentet dhe njohuritë e nevojshme për të përballuar sfidat e dekadës digjitale. Kjo nënkupton jo vetëm aftësi për të monitoruar përmbajtjet audiovizive, por edhe kompetencë për të analizuar rrugët e informacionit në platformat globale, për të ndërvepruar me rrjetet ndërkombëtare të rregullatorëve dhe për të ndërtuar politika të qëndrueshme që i shërbejnë interesit publik.

Perspektiva është e lidhur ngushtë edhe me kultivimin e një kulture të re të edukimit mediatik në shoqëri. Në një kohë kur informacioni qarkullon me shpejtësi të madhe dhe shpesh pa filtra profesionale, qytetarët kanë nevojë për instrumente që i ndihmojnë të dallojnë informacionin e besueshëm nga ai i rremë. AMA, përmes programeve të saj edukative dhe bashkëpunimeve me institucionet arsimore e shoqërinë civile, synon të krijojë një brez të ri qytetarësh të ndërgjegjshëm, që janë jo vetëm konsumatorë të informacionit, por edhe garantë të një shoqërie demokratike të shëndetshme. Në këtë vizion afatgjatë, AMA mbetet e vendosur që të ecë krah për krah me zhvillimet europiane, duke mos qenë thjesht një zbatues i normave të BE-së, por një partner i besueshëm që kontribuon aktivisht në ndërtimin e një hapësire të përbashkët mediatike europiane. Ky vizion e ngre AMA-n nga roli i një rregullatori kombëtar në rolin e një institucioni që sheh përtej kufijve dhe që është i gatshëm të japë kontributin e tij në debatin ndërkombëtar mbi të ardhmen e medias dhe shoqërisë digjitale.

Rruga drejt integritit europian është një proces i gjatë, kompleks dhe shpesh sfidues, por është gjithashtu një udhëtim i domosdoshëm për të ndërtuar një shoqëri më të drejtë, më transparente dhe më demokratike.

Në këtë udhëtim, AMA ka treguar se nuk është thjesht një institucion formal që përmbush detyrime teknike, por një aktor i gjallë, i përkushtuar dhe vizionar, që e sheh misionin e tij jo vetëm në dritën e ligjeve dhe rregulloreve, por edhe në shërbim të qytetarit dhe të së ardhmes demokratike të vendit.

Përmes reformave të vazhdueshme ligjore, hartimit të akteve nënligjore, forcimit të transparencës dhe pronësisë mediatike, luftës kundër piraterisë, si dhe bashkëpunimeve me platformat digjitale dhe institucionet ndërkombëtare, AMA ka treguar se është e aftë të përballojë sfidat e një epoke ku informacioni është fuqi, por edhe përgjegjësi. Në çdo hap, AMA ka provuar se është e gatshme të ecë krah për krah me Bashkimin European, duke u bërë jo vetëm një zbatues i acquis-it, por edhe një partner i denjë për të kontribuar në ndërtimin e një hapësire mediatike europiane të lirë, të drejtë dhe të sigurt.

Në fund të fundit, integrimi nuk është thjesht një proces politik apo ligjor, ai është një akt besimi dhe një kontratë e re mes shtetit dhe qytetarit. AMA përmes punës së saj të përditshme po dëshmon se ky besim është i merituar dhe se ky premtim është i mbajtur.



Sepse vetëm aty ku fjala është e lirë, ku informacioni është i besueshëm dhe ku mediat janë të pavarura, demokracia merr frymë lirisht dhe Europa bëhet një realitet i prekshëm!

AMA NËNSHKRUAN MARRËVESHJE BASHKËPUNIMI ME ISHMT DHE INSPEKTORATIN E PUNËS: PRIORITET, MBROJTJA E GAZETARËVE DHE E TË DREJTËS SË TRANSMETIMIT

Kryetarja e AMA-s, Znj. Armela Krasniqi, ka lidhur dy marrëveshje bashkëpunimi të rëndësishme përsa i përket mbrojtjes së gazetarëve si dhe mbrojtjes të së drejtës së transmetimit. Më 19 mars të vitit 2025 u nënshkrua Memorandum i Bashkëpunimit me Inspektoratin Shtetëror të Mbikëqyrjes së Tregut. Kjo marrëveshje synon të sigurojë, parandalojë dhe ndalojë shkeljen e të drejtave të transmetimit dhe të ndihmojë në ndërgjegjësimin për respektimin e të drejtës së autorit dhe të drejtat e lidhura me të në transmetimet audio dhe audiovizive.

“Respektimi i të drejtës së transmetimit të përmbajtjeve audiovizive dhe lufta kundër Piraterisë është një ndër objektivat kryesorë të punës sonë. Grupet e inspektimit në AMA janë vazhdimisht në terren dhe rastet e konstatuara të shkeljeve të ligjit si dhe format e reja të piraterisë online e vënë theksin tek fenomene shqetësuese që ekzistojnë në tregun mediatik shqiptar, në lidhje me këto të drejta. Për këtë arsye, çdo partner në luftën kundër shkelësve dhe mbrojtjen e subjekteve të ligjshëm, jo vetëm që është i mirëpritur, por edhe shton shpresat për një rregullim të mëtejshëm dhe më të mirë të tregut audioviziv”- u shpreh Kryetarja e Autoritetit të Mediave.

Diskutimet me kreun e ISHMT-së, Z. Edison Konomi dhe stafin e tij janë përqendruar në format më të mira të bashkëpunimit të lidhur me nënshkrimin e këtij Memorandumi, që nga krijimi i një Task-Force të përbashkët e deri tek iniciativat ligjore që mund të ketë nevojë në të ardhmen. Krerët e të dy institucioneve kanë shprehur gatishmërinë për hartimin e

planeve të përbashkëta të punës, që ndihmojnë në rregullimin e mëtejshëm të tregut, qoftë atij mediatik audioviziv, qoftë respektimit të së drejtës së autorit.

Në muajin maj të vitit 2025 u lidh një tjetër marrëveshje bashkëpunimi me shumë rëndësi, e cila lidhet me mbrojtjen e punës së gazetarëve. Memorandumi i Bashkëpunimit u lidh mes Autoritetit të Mediave Audiovizive dhe Inspektoratit Shtetëror të Punës dhe Shërbimeve Shoqërore. Kjo marrëveshje synon forcimin e bashkëpunimit mes dy institucioneve, për marrjen e masave, me qëllim rritjen e informimit dhe ndërgjegjësimin në sektorin e mediave audiovizive, në funksion të zbatimit të dispozitave ligjore që lidhen me kushtet e punës, mbrojtjen e punëmarrësve në ushtrimin e profesionit të tyre, pagat, sigurimet dhe mirëqenien në punë.

Gjithashtu, ky bashkëpunim ka në fokus rolin dhe detyrimet e secilit institucion në sektorin audioviziv, për të drejtat dhe detyrimet që burojnë nga legjislacioni i punës. Kjo shërben për të bërë më efikase shkëmbimin e informacioneve të nevojshme për të identifikuar llojet e mediave, strukturat, rolet dhe përgjegjësitë përkatëse etj.

Diskutimet me kreun e ISHPSHSH-së, Z. Eljo Muçaj, u mbyllën me angazhimin se ndryshimet në kuadrin ligjor dhe rregullator do të forcojnë zbatueshmërinë e të drejtave të punës dhe përmirësimin e kushteve të punës në këtë sektor, duke përfshirë edhe organizimin e takimeve periodike me sindikatat, përfaqësuesit e punëmarrësve dhe punëdhënësve.

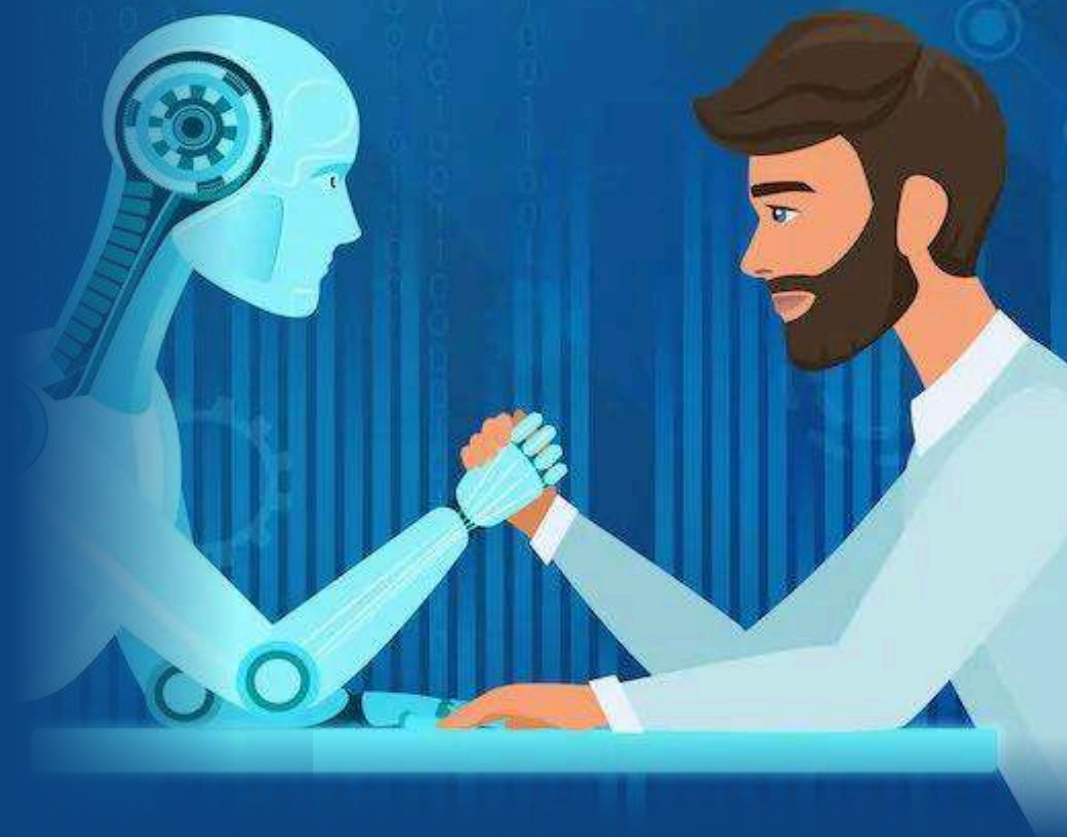
Në vijim të marrëveshjes së bashkëpunimit me Inspektoratin Shtetëror të Punës dhe Shërbimeve Shoqërore, u zhvillua dhe një tryezë bashkëbisedimi, mbi kushtet aktuale të punës dhe krijimin e një mjedisi të sigurt, profesional, të drejtë dhe dinjitoz për të gjithë punonjësit e medias audiovizive. Kjo tryezë ku merrnin pjesë përfaqësues të industrisë mediatike audiovizive, gazetarë dhe shoqëri civile është organizuar si aktiviteti i parë, i parashikuar në planin e punës, të miratuar nga të dy institucionet. Ata kanë shprehur shqetësimet e tyre në lidhje me kontratat që kanë me punëdhënësit ndërsa kryetarja e AMA-s iu tha të pranishmëve se ky bashkëpunim synon të adresojë këto shqetësime në mënyrë institucionale, të koordinuar dhe me përkushtim për ti zgjidhur ato.



Efektet e mundshme, të dëmshme, të përdorimit të

IA

Përdorimi i Inteligjencës Artificiale (IA) ka sjellë shumë përfitime për njerëzimin, që nga përdorimet në shëndetësi e deri tek lehtësitë e qasjes në teknologji, në përditshmërinë tonë. Por krahas përfitimeve, përdorimi i gabuar apo me keqdashje i IA-së mund të sjellë pasoja negative, ndonjëherë të rënda. Përhapja e shpejtë e dezinformacionit dhe lajmeve të rreme është një ndër dëmet që mund të shkaktohen nga përdorimi me keqdashje i IA-së. Po kështu përmes kësaj teknologjie mund të krijohen video/audio të manipuluar të cilat mund të përdoren për sulme personale apo mashtrim. Ndërkaq, jo rrallë ka ndodhur që nga keqpërdorimi i IA-së janë shkelur të drejtat e njeriut, është cenuar privatësia dhe ka pasur shumë raste të shkeljes së pronësisë intelektuale. Prandaj sa më shpejt t'i kuptojmë këto pasoja, aq më të aftë do të jemi të menaxhojmë rreziqet që vijnë nga IA-së.



Lojërat online, 12 % e adoleshentëve të ekspozuar ndaj rreziqeve, këshillat për sigurinë

Të dhënat e publikuara nga Zyra Rajonale e OBSH-së për Europën zbulojnë nivele në rritje të problematikave, si pasojë e përdorimit të gabuar të rrjeteve sociale nga adoleshentët. Shifra prej 7% në 2018, është rritur në 11% në vitin 2022. Kjo, së bashku me gjetjen se 12% e adoleshentëve ekspozohen përballë rreziqeve të ndryshme nga lojërat online, ngre shqetësime serioze mbi mirëqenien mendore të të rinjve në këto kohë kur zhvillimi i teknologjisë dhe interneti ofrojnë një botë të re virtuale për përdorim. Gjetjet vijnë nga studimi i Sjelljes Shëndetësore tek Fëmijët e Moshës Shkollore (HBSC), i cili anketoj rreth 280 mijë adoleshentë në 44 vende dhe rajone në Europë, Azinë Qendrore dhe Kanada. Përdorimi i duhur i internetit është mënyra e vetme për të marrë përfitimet që rrjedhin prej tij. Sipas ekspertëve, është detyra e prindërve t'ju shpjegojë atyre rreziqet që paraqet përdorimi i tepërt i internetit, fenomenet shqetësuese si bullizmi apo dhuna.

8 këshilla për një strategji të suksesshme të Prindërimit Digjital

Epoka digjitale, interneti, telefonat inteligjentë, tabletet dhe platformat e komunikimit e kanë kthyer në sfidë të vështirë prindërimin. Tanimë është i njohur koncepti “Prindërim Digjital”, i cili vjen me grupin e vet të sfidave dhe vështirësive, sidomos kur flitet për sigurinë dhe mirëqenien e fëmijëve tanë. Por, duke kuptuar ndikimin e teknologjisë në praktikën e prindërimit dhe duke përqafuar kompleksitetin e Prindërimit Digjital, duke zbatuar strategji efektive, ju mund të siguronit që fëmijët tuaj të lundrojnë në botën virtuale të sigurt dhe me kufij të caktuar.

Rregulla dhe kufij të qartë

Rregullat dhe kufijtë e qartë rreth përdorimit të teknologjisë janë thelbësore për Prindërimin e suksesshëm Digjital. Vendosni udhëzime për kohën para ekranit, përdorimin e pajisjes dhe sjelljen online, për të krijuar një mjedis të strukturuar ku fëmijët tuaj mund të lundrojnë

Inkurajimi i komunikimit të hapur

Nxitja e komunikimit të hapur me fëmijët tuaj për aktivitetet e tyre në internet është çelësi për ndërtimin e besimit dhe adresimin e shqetësimeve. Nxitini ata të ndajnë përvojat e tyre në internet dhe të jenë të hapur ndaj pyetjeve dhe shqetësimeve të tyre. Kjo do t'ju ndihmojë të qëndroni të informuar dhe të lidhur me botën digjitale të fëmijës suaj.

Vendosja e një shembulli pozitiv

Si prindër, ju jeni modeli kryesor për fëmijët tuaj. Demonstroni përdorim të përgjegjshëm të teknologjisë duke modeluar zakone të shëndetshme dhe duke mbajtur një qasje të ekuilibruar ndaj teknologjisë.

Aftësim i të menduarit kritik

Fuqizoni fëmijët tuaj me aftësi të të menduarit kritik, për të lundruar në mënyrë të sigurtë në botën virtuale. Mësojini ata të vënë në dyshim informacionin që lexojnë/shohin, të vlerësojnë burimet dhe të njohin rreziqet e mundshme në internet. Në këtë mënyrë ju do t'i ndihmoni ata të marrin vendimet e duhura dhe të mbrohen nga kërcënimet në internet.

Përdorimi i mjeteve të kontrollit prindëror

Softueri i kontrollit prindëror mund të jetë një aset i vlefshëm në menaxhimin e aktivitetëve të fëmijëve tuaj në internet duke filtruar përmbajtje të papërshtatshme, duke vendosur kufij kohorë dhe duke monitoruar sjelljen e tyre në internet. Kështu do të kontrolloni përvojat digjitale të fëmijës tuaj, pa e prekur privatesinë e tij.

Monitorimi i sjelljes në internet

Balancimi i monitorimit me respektimin e privatesisë është thelbësor në Prindërimin Digjital. Mbani linjat e komunikimit të hapura me fëmijët tuaj dhe jini transparent në lidhje me përpjekjet tuaja monitoruese. Bëjuni të ditur se qëllimi juaj është t'i mbani të sigurt dhe t'i ndihmoni të bëjnë zgjedhje të përgjegjshme në internet.

Zonat ose kohët pa teknologji

Përcaktimi i zonave ose orareve pa teknologji brenda shtëpisë, mund t'i ndihmojë fëmijët tuaj të shkëputen nga pajisjet digjitale dhe të përqendrohen në aktivitete të tjera. Krijoni hapësira ku teknologjia rri jashtë, të tilla si tavolina ose dhoma e gjumit, për të inkurajuar ndërveprime me domethënëse dhe për të zvogëluar kohën para ekranit.

Rëndësia e aktiviteteve sociale

Është e rëndësishme të arrihet një ekuilibër midis aktiviteteve online dhe offline. Inkurajoni fëmijët tuaj të lexojnë dhe të marrin pjesë në aktivitete sociale dhe familjare. Këto aktivitete, jo vetëm që nxisin lidhje dhe ndërveprime të rëndësishme, por gjithashtu ndihmojnë edhe në ruajtjen e një ekuilibri të shëndetshëm në jetën e tyre.

Si duhet të silleni me fëmijët, kur ata përballen me gjuhën e urrejtjes

Të gjithë fëmijët kanë të drejtën e mbrojtjes nga të gjitha format e dhunës fizike ose mendore, lëndimit ose abuzimit dhe çdo incident i gjuhës së urrejtjes duhet të merret shumë seriozisht. Nëse ju si prindër ngrini pyetjen se çfarë duhet të bëjmë, nëse fëmijët tanë përjetojnë gjuhën e urrejtjes, në varësi të situatës, mund ta raportoni atë në shkollën e fëmijës suaj, në platformën ku ka ndodhur ose, në polici.

MES NDËRGJEGJËSIMIT DHE PËRGJEGJËSISË – RREGULLIMI SI BASHKËVEPRIM



Mirela Oktrova

Kryetare e Këshillit të Ankesave

“Mediat nuk janë thjesht bartëse faktesh, por prodhuese përmbajtjesh që formësojnë opinionin publik”^[1]. Përmes përzgjedhjes dhe mënyrës së ofrimit të informacionit, ato nuk tregojnë vetëm çfarë ka ndodhur, por sugjerojnë çfarë duhet konsideruar e rëndësishme, e drejtë apo e diskutueshme.

Të gjithë e kemi përjetuar: kur e njëjta çështje përsëritet vazhdimisht në media, ajo fillon të perceptohet si problemi kryesor i shoqërisë edhe pse tema të tjera, më pak të trajtuara, ndikojnë realisht më shumë jetën tonë. Ky mekanizëm, i njohur si “diktimi i agjendës” u lejon mediave, që ta orientojnë vëmendjen publike drejt çështjeve që ato vetë zgjedhin të theksojnë.

Në kushte pluralizmi, liria e publikut për të zgjedhur, ecën paralelisht me lirinë e mediave për të ndërtuar oferta që tërheqin kërkesë, shpesh duke privilegjuar temat sensacionale kundrejt atyre me rëndësi shoqërore. Kur, nën presionin e tregut, mediat injorojnë pasojat shoqërore të veprimeve të tyre, ato rrezikojnë të humbasin besimin dhe të degradojnë në biznese, që thjesht shesin përmbajtje, duke dobësuar rolin e vet si mekanizma demokratikë.



Në kushte pluralizmi, liria e publikut për të zgjedhur, ecën paralelisht me lirinë e mediave për të ndërtuar oferta që tërheqin kërkesë, shpesh duke privilegjuar temat sensacionale kundrejt atyre me rëndësi shoqërore

Por mediat nuk janë as aktorët dhe as përgjegjësit e vetëm në këtë proces. Publiku ka pjesën e tij të përgjegjësisë. Në epokën e teknologjisë, shikuesit dhe dëgjuesit nuk janë më konsumatorë thjesht pasivë: mënyra si reagojnë, çfarë ndjekin apo refuzojnë, funksionon si një “votë tregu”, e cila vendos fatin e medias.

Publiku nga konsumator në aktor – ndërgjegjësimi si përgjegjësi

Me çdo veprim tonin – fikje, ndezje, ndërrim stacioni apo klikim – ne i japim apo i marrim peshë një përmbajtjeje, duke ndikuar drejtpërdrejt vendim-marrjen editoriale. Kush pëlqen, shpërndan apo përligj një burim informacioni, është me apo pa vetëdijen e vet, pjesë e krijimit të një realiteti të caktuar shoqëror, për të cilin mban përgjegjësi morale. Shkurt: nëse publiku kërkon cilësi, mediat janë të detyruara të përshtaten. Për këtë arsye në vendet e zhvilluara, flitet për “llogaridhënie të shpërndarë”^[2], në kuadrin e së cilës, përgjegjësia ndahet mes gazetarëve dhe publikut. Brenda kësaj qasjeje, reagimet masive të publikut kanë detyruar shpesh mediat të kërkojnë ndjesë apo të ndryshojnë politikat e tyre editoriale.

Kështu SVT (Suedi, 2017) kërkoi falje për identifikimin e një viktime pas 5.200 ankesash; TV2 (Danimarkë, 2019) kufizoi publikimin e detajeve identifikuese pas 3.000 ankesash për ekspozimin e një të miture; NRK (Norvegji, 2020) rieditoi një seri dokumentarësh pas një peticioni me 15.000 nënshkrime në mbrojtje të minoriteteve; WDR (Gjermani, 2020) hoqi një video satirike pas 40.000 ankesash për stigmatizim të moshës së tretë; BBC (MB, 2019) ndryshoi manualin editorial pas 17.000 ankesash për identifikimin e një

[1] (2007). Medienethik: Verantwortung in der Mediengesellschaft. München: Verlag

[2] McQuail, D. (2003). Media Accountability and Democracy. London: Sage

viktime përdhunimi; Sky News (MB, 2018) hartoi një kod etik të posaçëm për ngjarjet tragjike pas 8.000 ankesave, etj.

Veçanërisht sot, kur rrjetet sociale e kanë rritur ndjeshëm fuqinë e publikut, një reagim masiv negativ mund ta detyrojë një media të tërheqë ose të korrigjojë një përmbajtje të papërshtatshme. Në Shqipëri ky potencial shpesh shkon dëm. Në vend që të përdoren për të kërkuar përgjegjësi, komentet e shumta në rrjetet sociale zhvillohen kryesisht në rrafsh personal dhe shndërrohen në debate emocionale, shpesh të cekëta, që prodhojnë dhe shpërndajnë reagime të nxituara apo perceptime të gabuara. Në këtë kuadër edhe reagimi ndaj përmbajtjeve audiovizive që perceptohen si të papërshtatshme shpesh reduktohet në pyetje të tipit: “Ku është AMA?” apo “Çfarë bën AMA?”. Autoriteti i Mediave Audiovizive dhe Këshilli i Ankesave kanë theksuar se nuk mund të veprojnë si “zjarrfikës” që ndërhyjnë menjëherë, pasi baza ligjore, mbi të cilën funksionojnë, përcakton qartë mënyrat, afatet dhe procedurat e reagimit – shmangia e të cilave do të çenonte të drejta kushtetuese. Nga ky këndvështrim, mekanizmi i ankesës mbetet rruga e vetme ligjore dhe efektive për të vënë në lëvizje procesin e verifikimit institucional dhe për të çuar në vendimmarrje të rregullt.



Duke qenë, se shumica e reagimeve vijnë nga mungesa e vetëdijes, edukimi mediatik bëhet gjithnjë dhe më jetik. Nisur nga motoja, “Pa qytetarë të përgjegjshëm, nuk ka media të përgjegjshme”, Autoriteti i Mediave Audiovizive ka ndërmarrë disa nisma edukimi mediatik, me prindër dhe edukatorë të fëmijëve të moshës parashkollore, me nxënës të arsimit parauniversitar dhe me studentë. Por përgjegjësia nuk mbaron te institucionet. Shembujt ndërkombëtarë e provojnë: në Finlandë, edukimi mediatik është pjesë detyruese e arsimit parauniversitar dhe shihet si aftësi qytetare bazë. Rezultati është një publik më kritik dhe një media me standarde më të larta. Nëse duam një media profesionale, duhet të fillojmë nga vetja: të reagojmë ndaj shkeljeve dhe të mbështesim mediat etike. Vetëm kështu dalim nga roli i spektatorit pasiv dhe bëhemi jo thjesht aktorë që kërkojnë cilësi, por faktorë që mbajnë dhe ndajnë përgjegjësi.

Përgjegjësia si menaxhim: logjika tregtare dhe kapitali moral

Megjithëse ndërgjegjësimi i publikut është njëra prej shtyllave thelbësore për ruajtjen e standardeve etike, shtylla tjetër – ndoshta edhe më e rëndësishme – është përgjegjësia e vetë mediave. Mediat nuk janë thjesht platforma informacioni, ato formësojnë opinionin publik dhe narrativat që shoqëria pranon si të vërteta. Shkurt: informacioni është pasuri publike, që ndikon mënyrën se si mendojmë dhe veprojmë ne si qytetarë.

Përgjegjësia e mediave shkon kështu përtej

[3] Funiok, R.

[4] Schicha, C. (2013). Medienethik und Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer VS

[5] McQuail, D.

respektimit formal të ligjit dhe kërkon reflektim edhe mbi efektet e çdo vendimi editorial. “Veprimi mediatik duhet të jetë i ndërgjegjshëm për pasojat afatgjata, përtej kërkesës për audiencë.”³ Kjo, pasi çdo publikim i paautorizuar të dhënash, raportim i pasaktë apo titull sensacionalist, funksionon në vetvete si një “efekt shoqëror zinxhir” – ai dëmton reputacion, nxit paragjykim, prodhon opinion të pabazuar dhe ushqen mosbesim. Por dëmi nuk mbetet vetëm tek individët. Dëmi më i madh është afatgjatë dhe shoqëror. “Çdo shkelje etike godet kapitalin moral të medias.”⁴ Pa këtë kapital, besimi i publikut – ngadalë, por me siguri – humbet dhe rikthimi është i vështirë. Në thelb, marrëdhënia media-publik është një ekuilibër delikat mes logjikës tregtare dhe përgjegjësisë shoqërore. Që kjo marrëdhënie të jetë shoqërisht e dobishme, ajo lipset të funksionojë si një “cikël besimi të ndërsjellë”⁵: mediat që respektojnë standardet krijojnë besim, i cili u jep legjitimitet për të vepruar si ndërmjetës të pavarur publikë.

Kur ky ekuilibër prishet, nis “spiralja negative”⁶: ndjekja e sensacionalizmit e bën publikun cinik dhe mosbesues, duke e shtyrë median drejt titujve gjithnjë e më agresivë dhe përmbajtjes emocionale, për të fituar me çdo kusht vëmendjen e tij. Në këtë rreth vicioz, humbasin të gjithë – publiku ndalet së kërkuari cilësi dhe standarde, media humb rolin e saj si aktor moral dhe raporti midis tyre shndërrohet thjesht në transaksion, brenda të cilit njëra palë shet dhe tjetra konsumon.

Përgjegjësia është e dyanshme dhe e lidhur ngushtë me funksionimin e “marrëveshjes së heshtur etike”,



brenda së cilës, publiku e shpërblen median e përgjegjshme me besim dhe ndjekje. Kur kjo nuk ndodh, spiralja e mosbesimit prek tema, subjekte dhe fusha të tëra veprimtarie. Në garantimin e këtij ekuilibri, shoqëria civile dhe studjuesit mund të shërbejnë si ndërmjetës etikë, duke monitoruar përmbajtjet dhe promovuar shembujt pozitivë, ndërkohë që publiku e ka vetë në dorë “ndërhyrjen demokratike të konsumatorit”, nëpërmjet bojkoteve, reagimeve publike dhe para së gjithash, mbështetjes së mediave të përgjegjshme.

Etika nuk është luks, por investim për të ardhmen. Mediat që ruajnë besueshmërinë rrisin jo vetëm audiencën, por edhe vëllimin e reklamës së investuar në to – siç ndodh në vendet nordike, hapësirën gjermanike apo anglo-saksone.

Për këtë arsye, Autoriteti i Mediave Audiovizive dhe Këshilli i Ankesave, si pjesë e tij, janë të angazhuar për nxitjen e vetërregullimit. Në plan, veç rekomandimeve të integruara në çdo komunikim shkresor me subjektet, janë takime me Bordet e Ankesave të OSHMA-ve dhe redaksitë përkatëse, për nxitjen e një kulture redaksionale më të përgjegjshme, si edhe tryeza me segmente të caktuara të publikut, me synim krijimin e një publiku më kritik, i cili kërkon standarde dhe nuk shpërblen sensacionalizmin.



[6] Funiok
[7] McQuail

Etika si standard i demokracisë mediatike

Etika në median shqiptare nuk është thjesht çështje profesionale, por indikator besimi, standard demokracie funksionale dhe pasqyrë e nivelit të zhvillimit shoqëror. Cilësia e demokracisë lidhet drejtpërdrejt me cilësinë e informacionit që qarkullon.⁷

Sfida kryesore për median shqiptare nuk është më të prodhojë më shumë informacion – këtë tashmë e bëjnë qindra kanale dhe portale – por të prodhojë informacion më me integritet. Etika nuk është thjesht një listë rregullash, por një kulturë përgjegjësie të përbashkët, ku besueshmëria fitohet me verifikim rigoroz, respektim të privatësisë dhe ndarje të qartë mes lajmit dhe opinionit. Ky është kapitali moral që e bën median të qëndrueshme dhe të respektuar.

Etika është një proces i përditshëm që kërkon përpjekje nga të gjithë aktorët⁸. Mediat duhet të investojnë në profesionalizëm dhe ta shohin etikën jo si kufizim, por si identitet dhe investim. Publiku



duhet të refuzojë sensacionalizmin dhe të shpërblejë me vëmendje vetëm median që ruan standardet. Shoqëria civile dhe studjuesit duhet të krijojnë hapësira debati.

Në këtë ekosistem, Autoriteti i Mediave Audiovizive dhe Këshilli i Ankësve, si pjesë e tij, mbeten garantë të ekuilibrit mes përgjegjësisë së medias dhe ndërgjegjësimit të publikut, duke ndërthurur përdorimin e mekanizmave ligjorë dhe administrative me nismat edukuese, që synojnë krijimin e një qasjeje profesionale më të përgjegjshme dhe një publiku më kritik.



Nëse të gjitha palët synojnë drejt përgjegjësisë, tregu mediatik shqiptar mund të shndërrohet nga një arenë e polarizuar në një hapësirë publike të shëndetshme, ku media ushtron formësim shoqëror dhe publiku qytetari aktive dhe kritike.

Atëhere etika është realitet jo slogan!



Zgjedhjet e 11 Majit, AMA monitoroi me profesionali zëm fushatën zgjedhore



Arben Muka

Drejtore, Drejtoria e Monitorimit dhe Analizës

Monitorimi i mbulimit nga OSHMA-të të fushatës zgjedhore është një nga angazhimet thelbësore të AMA-s, mbështetur në nenin 19, pika 16 e ligjit nr. 97/2013, datë 19.03.2013 “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar, nenet 77-85 të ligjit nr. 10019, datë 29.12.2008, “Kodi Zgjedhor i Republikës së Shqipërisë”, i ndryshuar, vendimin nr. 2, datë 30.01.2021, të Komisionit Rregullator të KQZ-së “Për miratimin e metodologjisë së monitorimit të medias audio dhe audiovizive”.

Për zgjedhjet e përgjithshme të 11 Majit 2025, AMA përfshiu në procesin e monitorimit 29 OSHMA të përhershme, gjatë gjithë fushatës 30 ditore (25 televizione dhe 4 radio kombëtare me licencë kombëtare), ndërkohë që 28 OSHMA të tjera (me licencë lokale ose rajonale) u mbajtën në monitorim të përkohshëm, me alternim javor.

Ekipi me 30 monitorues në AMA shqyrtoi rreth 26 mijë orë regjistrimesh nga përmbajtjet audio dhe audiovizive të transmetuara gjatë fushatës zgjedhore, ku fokusi kryesor ishte pasqyrimi i procesit në edicionet e lajmeve, në debate e forume, në lidhjet e drejtpërdrejta, reklamat politike, prezantimi i sondazheve zgjedhore etj., pra gjithçka që lidhej me votimet e 11 Majit 2025.



Bashkëpunimi me KQZ-në për “veprimtaritë e ndaluara”

AMA e nisi kontributin për zgjedhjet para se të fillonte fushata elektorale. Katër muaj para ditës së votimit filloi bashkëpunimi mes Autoritetit dhe KQZ-së sa i takon veprimtarive që konsideroheshin si “veprimtari të ndaluara”. Bazuar në nenin 3, pika 1.3 shkronja “a” dhe “b”, të Vendimit nr.9, të Komisionit Rregullator, datë 24.12.2020, “Për rregullat e raportimit të veprimtarive me karakter publik të çdo institucioni publik, e me kapital shtetëror, agjencie, enteve shtetërore, kategoritë e veprimtarive të ndaluara, si dhe monitorimin e veprimtarisë, sjelljes dhe përdorimit të burimeve njerëzore, financiare dhe logjistike të administratës shtetërore para zgjedhjeve” i Komisionit Rregullator, përcaktohet se: “Veprimtari të ndaluara”, janë edhe ato veprimtari që përfshijnë: a) shpërndarjen në veprimtari publike të lejeve të legalizimeve, në periudhën 4 (katër) mujore para datës së zgjedhjeve; b) shpërndarjen në veprimtari publike të akteve për regjistrimin e tokës bujqësore, certifikatave të pronësisë dhe çfarëdolloj titulli pronësie sipas legjislacionit për përfundimin e proceseve kalimtare të pronësisë, si dhe të regjistrimeve të titujve të pronësisë sipas ligjit nr. 111/2018, “Për kadastrën” në periudhën 4 (katër) mujore para datës së zgjedhjeve.

Bashkëpunimi AMA-KQZ përfshinte njoftimin zyrtarisht të AMA-s për aktivitete të cilat Komisioni i ka vlerësuar si të ndaluara. Njoftimi i drejtohej



Autoritetit të marrë masa që mos të lejohet transmetimi apo të pasqyrohet në rubrikat e lajmeve apo ato që mbulojnë fushatën në radio dhe televizione.

Konkretisht në periudhën 4 mujore AMA mori njoftime zyrtare nga KQZ për 21 aktivitete të ndaluara. Për të gjitha AMA ndoqi procedurë standarde duke dërguar njoftim për të gjitha OSHMA-të, që të mos publikonin informacion për to. Nga monitorimi i përmbajtjeve të transmetuara u identifikuan 2 OSHMA që nuk respektuan Kodin Zgjedhor dhe pasqyruan aktivitetet e ndaluara nga KQZ-ja. AMA dërgoi shkresë zyrtare dhe përmbajtjet në formatin elektronik pranë KQZ-së, ku informoi për dy rastet, si dhe referencat kohore të transmetimit.

Parapërgatitjet për monitorimin e fushatës zgjedhore

Nisur nga përvojat e mëparshme, AMA mori para fillimit të fushatës disa masa që ishin në favor të shërbimit në cilësi dhe brenda afateve kohore të të gjitha detyrimeve ndaj Kodit Zgjedhor dhe akteve nënligjore në fuqi. Njoftoi zyrtarisht KQZ-në me listën e 47 OSHMA-ve që do të ishin në monitorim të përhershëm dhe të përkohshëm, si dhe zhvilloi seanca trajnimi në grup dhe individualisht me të gjithë monitoruesit e angazhuar mbi bazën e kërkesave që ka Kodi Zgjedhor dhe Metodologjia e Monitorimit, mbi aspekte të përmbajtjes së skedës ditore që plotësohet për çdo OSHMA, por dhe mbi aspekte teknike të përdorimit të programit të posaçëm kompjuterik.

Para fillimit të fushatës zgjedhore AMA adresoi dy shkresa për të gjitha OSHMA-të, si kujtesë në kujdesin për të ruajtur regjistrimet e përmbajtjeve sipas afatit të Kodit Zgjedhor, si dhe për të respektuar kërkesat në mbulimin sa më profesional të aktivitetit politik deri në ditën e votimeve të 11 Majit 2025.

Në ndryshim nga proceset e mëparshme zgjedhore, këtë herë AMA arriti t'i regjistronte vetë përmbajtjet e OSHMA-ve duke aplikuar teknologjinë online, fakt që ndikoi në shmangien e kohës për dërgimin e përmbajtjeve nga vetë OSHMA-të.

AMA iu apeloj OSHMA-ve që me angazhimin e tyre të ndihmonin qytetarët, sidomos ata me të drejtë vote, që të kuptojnë më qartë të përbashkëtat dhe diferencat mes pikëpamjeve dhe zotimeve mbi çka ndodhur, ndodh, apo dhe atë që pritet, duke e bërë fushatën sa më kuptueshme dhe transparente për qytetarët. Kjo përbënte një ndihmë të jashtëzakonshme për ndjekësit e përmbajtjeve të transmetuara që ata të informohen dhe edukohen në favor të vendimmarrjes së lirë dhe të pandikuar, në krijimin e një klime të qetë dhe të sigurtë për ta përmbyllur procesin e 11 Majit 2025 me votime të standardeve demokratike.

Po ashtu në shkresat kujtesë përmendeshin dhe disa aspekte nga mbulimi fushatës që proceset e kaluara nuk ishin përmbushur nga të gjitha OSHMA-të, si ato kur nuk janë ruajtur raportet kohore të aktivitetit të subjekteve politike pjesëmarrëse, nuk janë respektuar limitet e volumit të reklamave politike, ose janë transmetuar ato jashtë orarit të lejuar nga Kodi Zgjedhor, nuk janë ndjekur kriteret e publikimit të sondazheve gjatë fushatës etj. Kujtesë iu bë OSHMA-ve dhe për rastet e përdorimit të filmimeve të subjekteve zgjedhore nga OSHMA-të. Kur përdorej përmbajtje audiovizive të parapërgatitura nga këto subjekte, në çdo rast do të duhej ta identifikonin me shënim të dallueshëm, në cep të ekranit, burimin e tyre.

Ky komunikim paraprak me redaksitë e OSHMA-ve

zgjoi interesimin e tyre për t'u informuar mbi aspekte të ndryshme të zbatimit të Kodit Zgjedhor, veçanërisht për metodologjinë e llogaritjes së kohës për përmbajtjet që lidhen me fushatën, referuar dhe kërkesave që përfshin metodologjia e hartuar dhe miratuar nga KQZ-ja. Duke shfrytëzuar të gjitha kanalet e komunikimit përmes kontakteve të drejtpërdrejta, me email a telefon përfaqësues të AMA-s kanë dhënë shpjegime mbi procesin në tërësi apo për dinamika më të veçanta në favor të sqarimit të situatave apo mënyrës së përlllogaritjeve të kohës, mbi afatin e ruajtjes së regjistrimeve audio/ audiovizive, verifikim për gjetjet ditore. Takime dhe komunikime ka pasur me 19 OSHMA: RTSH, Report TV, A2/CNN, Vizion Plus, Klan, Syri TV, EuroNews Albania, RTSH Gjirokastër, RTSH Kukës, Bulevard TV, Club FM, Fax News, KLAN News, Top News, NEWS 24, MCN TV dhe TV Kukës.

Komunikimi periodik me KQZ-në dhe tipologjia e shkeljeve të identifikuar

Gjatë fushatës njëmuore zgjedhore AMA çdo ditë dërgoi në KQZ-ja 36 skeda të gjetjeve për 29 OSHMA e monitorimit të përhershëm dhe 7 OSHMA-ve të monitorimit të përkohshëm. Çdo të premte (datat 18.04, 25.04 dhe 02.05) dërgoi raportet javore të miratuara nga Bordi i AMA-s, ku relacionet janë shoqëruar dhe me tabelat përmblledhëse të gjetjeve. Raporti i fundit u dërgua pas mbylljes së procesit të votimit. Raportet ditore dhe ato javore janë publikuar menjëherë nga KQZ-ja në website-n e tyre, si dhe ky institucion ia ka përcjellë OSHMA-ve dhe me email.

Nisur nga Metodologjia e Monitorimit, hartuar dhe miratuar nga KQZ-ja, një skedë ditore e OSHMA-së kishte katër komponentë kryesorë: ndarjen e kohës për subjektet zgjedhore (parti/koalicione) si dhe aktorët politikë në edicionet e lajmeve; ndarjen e kohës për subjektet zgjedhore (parti/koalicione) si dhe aktorët politikë në transmetimet e veprimtarive zgjedhore live; ndarjen e kohës për subjektet zgjedhore (parti/koalicione) si dhe aktorët politikë në emisionet mbi procesin zgjedhore; volumin e kohës së transmetimit të reklamave politike.

Po ashtu, programi i monitorimit prodhoi dhe treguesit e raportit gjinor të aktorëve politikë, si dhe renditjen e subjekteve zgjedhore/kandidatëve në edicionin kryesor të lajmeve. Monitoruesit kanë vendosur shënime për rastet kur nuk respektohen kërkesat e Kodit nga OSHMA-të, sa i takon orarit kur jepet reklama



politike, ose për mënyrën e prezantimit të sondazhit zgjedhor – të cilat ishin pjesë e raporteve ditore që AMA nis për KQZ-në.

Po cilat ishin gjetjet kryesore që hasi ekipi i monitorimit gjatë 30 ditëve të fushatës zgjedhore?

-reklama politike të transmetuara jashtë fashës kohore të lejuar nga 11 OSHMA;

-transmetim reklame politike të painedentifikuar nga 10 OSHMA (neni 84, pika 4 e Kodit Zgjedhor: “Reklama politike duhet të identifikojë qartë subjektin porositës. Në rast se reklama politike nuk është e identifikuar qartë, KQZ urdhëron pezullimin e menjëhershëm të transmetimit të saj, derisa të bëhet identifikimi i kërkuar nga kjo pikë”).

-transmetim reklame politike brenda edicionit të lajmeve nga 2 OSHMA;

-prezantim sondazhi zgjedhor duke mos plotësuar të gjitha kërkesat e Kodit Zgjedhor nga 3 OSHMA. (raste kur mungonte ose porositësi i sondazhit; ose numrin e personave të intervistuar; ose probabiliteti i gabimit).

-siç e përmendëm më sipër, transmetim i veprimtarive të ndaluara nga KQZ nga 2 OSHMA;

-diferenca kohore të transmetimit për subjektet zgjedhore pasqyrohen në tabelat përmbledhëse që i janë dërguar KQZ-së.

Për gjetjet e AMA-s gjatë procesit të monitorimit të zgjedhjeve të 11 Majit 2025, të pasqyruara në raportimet periodike pranë KQZ-së nuk ka pasur asnjë ankesë nga subjektet konkurruese politike, nga OSHMA-të apo nga subjekte të interesuar për mbarëvajtjen e zhvillimit të tyre.

Interesimi për angazhimin e AMA-s nga ekipet vëzhguese vendase dhe të huaja

Para, gjatë dhe pas procesit zgjedhor AMA i është përgjigjur interesimit të vëzhguesve të huaj dhe vendorë në takime të ndryshme pune. Të tilla kanë qenë me drejtues të KRIIK-Albania, me përfaqësues të delegacionit të monitoruesve të Asamblesë Parlamentare të KiE-së, me shefin e Misionit të Delegacionit të OSBE/ODIHR-it, me delegacionin e Asamblesë Parlamentare të OSBE-së, me ekspertët mediatikë të Misionit të OSBE/ODIHR-it etj. Metodologjia e përdorur, raportet me KQZ-në dhe komunikimi me OSHMA-të etj.. kanë qenë tema të diskutimit në këto takime zyrtare, ku AMA ka informuar në detaje mbi procesin përgatitor dhe mënyrën e menaxhimit të monitorimit të mënyrës se si e mbuluan fushatën zgjedhore redaksitë audio dhe audiovizive.



FOL SHQIP

Fjalë të huaja të panevojshme të përdorura në media

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
ELABOROJ	ZHVILLOJ, PËRPUNOJ
VALIDE	E VLEFISHME
AKCENT	THEKS
BENEFIT	DOBI, PËRFITIM
DILIT (DELETE)	FSHIJ, HEQ
INTERAKTIV	NDËRVEPRUES

FORMA E GABUAR	FORMA E SAKTË
TE TY	TE TI
INSITUTI	INSTITUTI
KARROTË	KAROTË
KULTURA E JONË	KULTURA JONË
Ç'FARË NDODH	ÇFARË NDODH
EKUILIBRA TË REJA	EKUILIBRA TË RINJ
VENDI I TË DREJTËS	VENDI I SË DREJTËS
MËSOHUNI MOS DËGJONI	MËSOHUNI TË MOS DËGJONI

FORMA E GABUAR	FORMA E SAKTË
NDËRHYVA	NDËRHYRA
INTESITETI	INTENSITETI
MARIMANGË	MERIMANGË
SJELLJA E TË RINJËVE	SJELLJA E TË RINJVE
ISHIN VJELUR	ISHIN VJELË
BESIMI JOT	BESIMI YT
BJERI BORIES	BJERI BORISË
DO SHIKOHET	DO TË SHIKOHET

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
DEFINICION	PËRKUFIZIM
INDIKATOR	TREGUES, E DHËNË
EVENIMENT	NGJARJE
ANONÇIM	LAJMËRIM, NJOFTIM, SHPALLJE
LIKUIDIM	SHLYERJE, ASGJËSIM
ADULT	I RRIUR
KONFUZION	PAQARTËSI, NGATËRRESË
MENTALITET	MENDËSI
AKUTE	E MENJËHERSHME, E SHPEJTË

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
BOJKOT	IKJE, NDËRPRERJE, MOSPAJTIM
POSEDIM	ZOTËRIM
ESKALIM	PËRSHKALLËZIM, ACARIM
VANITIZ	MBURRJE, KOTËSI
ADJUTANT	NDIHMËS
DEDIKOJ	KUSHTOJ
IMPONIM	DETYRIM

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
UZURPIM	PUSHTIM
FRAXHIL	I BRISHTË
KONKLUDIM	PËRFUNDIM
ATRIBUT	CILËSI, VETI, TIRI

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
AUTENTIK	ORIGINAL
TIM (TEAM)	SKUADËR, EKIP
VIZIBËL	E DUKSHME
PENTITO	I PENDUAR
BARRIERË	PENGESË
DECIZIV	VENDIMTAR
SUPORT	MBËSHTETJE
TARGET	OBJEKT, SHENJË
EVENT	NGJARJE

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
PAKT	MARËVESHJE, UJDI
IMPRESIONOJ	LË MBRESË
IMPLIKOJ	PËRZIEJ
PERFORMANCË	PARAQITJE, SHFAQJE
MINORE	E VOGËL
RIKUPEROJ	MARR, RIMARR
EVIDENT (E)	I, E QARTË

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
AKREDITIM	NJOHJE ZYRTARE
SENSITIVE	E NDJESHME
ESKALOJ	PËRSHKALLËZOJ
I DESTINUAR	I PARACAKTUAR
DEFINITIVISHT	PËRFUNDIMISHT
EZAUROJ	SHTEROJ/MBAROJ
DISPONOJ	ZOTËROJ
INTIMIDOJ	TREMB, FRIKËSOJ, KËRCËNOJ
ILUMINIM	NDRIÇIM
PREVALON	MBIZOTËRON

FORMA E GABUAR	FORMA E SAKTË
PETAGOGU	PEDAGOGU
LAJU	LAHU
EGZISTENCË	EKZISTENCË
KANË DALUR	KANË DALË
TE MUA	TEK UNË
BUKURITË E TIJA	BUKURITË E TËJ
TI KE 20 VJEÇ	TI JE 20 VJEÇ
NUK PO JU HAJ KOHË	NUK PO JU HA KOHË

FORMA E GABUAR	FORMA E SAKTË
QAJTI	QAU
ZBEJE	ZBEHE
EVULON	EVOLUON
BREZAVE TË ARDHSHE	BREZAVE TË ARDHSHËM
KUFIJËVE	KUFIJVE
VIDIO	VIDEO
MË LI KOHË	MË LËR KOHË
SHTETIN E TË DREJTËS	SHTETIN E SË DREJTËS

FORMA E GABUAR	FORMA E SAKTË
I SOFISTIKUAR	I NDËRLIKUAR
SPIRITUALISTE	SHPIRTËRORE
KONTENT	PËRMBAJTJE
ENIUEI (ANYWAY)	GJITHSESI
SEKJUR (SECURE)	I/E SIGURT
RIÇ (RICH)	I/E PASUR
AVANGARD	NË PARAROJË, NË VIJË TË PARË
SHEJP (SHAPE) TË ARDHMEN	FORMËSOJ, KRIJOJ, MODELOJ
SPUNTO	SHTYSË
LIDERSHIP	UDHËHEQJE, DREJTIM

FJALË TË HUAJA TË PËRDORURA	ZGJEDHJE E MUNDSHME PËR ZËVENDËSIM
MEA CULPA	PRANOJ FAJIN
(SILLET) FRENOLI (FRIENDLY)	(SILLET) MIQËSISHT
(ËSHTË) DAN (DONE)	KA MBARUAR, ËSHTË KRYER
INTERVJU (INTERVIEW)	INTERVISTË
KOSTO	SHPENZIME, HARRXHIME
SKONTO	ULJE (ÇMIMESH)
	RISI

Dr. Elona Gjata: Ka ardhur momenti të hartohet një udhëzues gjuhësor për median



Elona Gjata

Doktor i Shkencave Linguistike

Dr. Elona Gjata e ka nisur studimin e gjuhës shqipe në moshë shumë të re, fillimisht në vitin 2012, si doktorante e më pas e ka vazhduar hulumtimet deri më 2021. Ajo është autore e një ndër të vetmit punime në Shqipëri që trajtoi gjurmimi për përdorimin e ë-së së patheksuar, hulumtim të cilin e nisi me “Mesharin” e Gjon Buzukut dhe një grup të konsiderueshëm të autorëve të letërsisë së vjetër shqipe, duke e vazhduar më pas me Rilindjen e deri tek problematikat në ditët e sotme. Në intervistën e dhënë për “Revista audiovizive” gjuhëtarja na tregon se së shpejti do të dalë një botim tjetër jashtë vendit rreth kësaj zanoreje, në gjuhën angleze, duke e gërshtuar edhe me analiza të spektrit akustik dhe eksperimental, ndërsa sqaron shumë problematika që hasen sot në përdorimin e gjuhës shqipe përfshi edhe mediet audiovizive. “Mendoj se ende kam punë për të bërë dhe po bëj aktualisht”, shprehet gjuhëtarja.

Ju jeni studiuese e gjuhësisë, çfarë problematikash aktuale ekzistojnë në gjuhën shqipe të shkruar?

Në medie, rrjete sociale, shpesh edhe në botime zyrtare, vërehen devijime të shumta të gjuhës standarde, sidomos në drejtshkrim, por edhe në ndërtimin sintaksor të fjalisë. Pra, vërejmë një mosrespektim të normës letrare, gjë e cila më vonë reflekton pasojat e veta te përdoruesit e gjuhës. Kjo gjë vjen dhe si pasojë e ndikimit të gjuhëve të huaja, anglishtja dhe italishtja në rastin konkret në Shqipëri, ndërsa në Kosovë si pasojë e ndikimit të serbishtes dhe gjermanishtes. Megjithëse ekziston një gjuhë standarde në vendet tona, mungon një praktikë e përbashkët institucionale për ta mbrojtur dhe zhvilluar shqipen standarde. Kjo vërehet edhe në gjuhën e shkruar që përdoret në tekstet shkollore, në botime shkencore dhe në përkthime.

Një tjetër problematikë është futja e panevojshme e fjalëve të huaja në gjuhën shqipe. Shpeshherë ato përdoren për të treguar një modë gjuhësore, se sa një nevojë gjuhësore. Por kjo më vonë dëmton zhvillimin e leksikut të shqipes.

ELONA GJATA

BILINGUALISM: AN INSTRUMENT
BEYOND NATIONALISM - A CASE
STUDY OF THE ALBANIAN
COMMUNITY IN NORTH MACEDONIA

Flasim në rastet kur ato i kanë gjegjëset në gjuhën shqipe, sepse në të kundërt është më se e pranueshme.

Gjithashtu mungon një përpunim i avancuar i terminologjisë në shqip në fusha si teknologjia, drejtësia, ekonomia, mekanika, gjuhësia etj. Shpesh përkthimet janë të dobëta ose fjalët huazohen ashtu siç janë, pa përshtatje.

Kohët e fundit, me shpërhapjen masive të rrjeteve sociale, vërejmë se shkrimi në këto platforma karakterizohet nga një gjuhë e shkujdesur, të cilën do ta quaja shqipja digjitale. Që në të ardhmen mund të kthehet në një regjistër gjuhësor nga të rinjtë.

A po rrezikon shqipja pastërtinë e saj?

Po, shqipja po e rrezikon pastërtinë e saj, sidomos në përdorimin e përditshëm, por edhe në të shkruarën zyrtare në disa raste. Pastërti e gjuhës nuk do të thotë mbyllje ndaj të resë, por përzgjedhje e kujdesshme. Por në anën tjetër duhet të jemi realist dhe objektiv. Në disa raste lipset nevoja për huazime të tilla, kjo për shkak të globalizimit, për shkak të zhvillimit teknologjik dhe ekonomik.

Gjë për të cilën shqipja është krejt e papërgatitur. Ne jemi popull i vogël dhe i varfër ekonomikisht. Kështu që nuk mund të pretendojmë se kemi një gjuhë të pasur mjaftueshëm përballë këtyre sfidave. E kundërta ndodh me vendet e zhvilluara. Pra, gjërat duhet t'i shohim të lidhura zinxhir dhe jo të udhëhiqemi nga dëshira vetjake apo nacionalizmi banal.

A po e dominojnë gjuhën shqipe akronimet e pastandardizuara, logogramet, emotikonat?

Po, është e vërtetë që gjuha shqipe po ndikohet tepër nga përdorimi në rritje i akronimeve të pastandardizuara, logogrameve dhe emotikoneve, sidomos në komunikimin digjital. Kjo përbën një nga sfidat më të mëdha për pastërtinë, qartësinë dhe funksionalitetin e gjuhës së shkruar në ditët e sotme. Kështu që në komunikimin informal dhe digjital, këto forma po zënë gjithnjë e më shumë vend në gjuhën e shkruar shqipe. Përmendim këtu disa prej akronimeve të pastandardizuara, si: LOL, OMG, FYI, të cilat po përdoren si të ishin pjesë e natyrshme e shqipes. I tepërt mbetet gjithashtu dhe përdorimi i akronimeve shqip, të llojit: TKXH, FLM, SPS pasi mungon një standard zyrtar për ato.

Gjithashtu, kohët e fundit gjithnjë e më shumë po zë vend dhe përdorimi i logogrameve, si: @, &, #, +, të cilat po përdoren në vend të lidhëzave ose pjesëve të tjera të fjalisë. Ky trend përdorimit më të madh e ka në kontekstin e rrjeteve sociale. Shpresoj që të mos zërë vend tek të rinjtë jashtë këtij konteksti.

Së fundmi përmendim dhe emotikonat dhe emoji, të cilët përdoren për të shprehur emocione të ndryshme në vend të fjalës, por gjithashtu dhe si një mënyrë më e shpejtë reagimi gjatë komunikimit, e cila po kthehet në një lloj varësie ndaj shenjave jogjuhësore, duke i larguar përdoruesit nga shkrimi i plotë i fjalisë.

A është gjuha shqipe nën presionin e anglishtëzimit?

Po, gjuha shqipe është në një presion gjithnjë e më të madh nga anglishtja dhe kjo vërehet në disa aspekte. Në aspektin leksikor kemi futjen e fjalëve, shpeshherë të panevojshme, si: update, team, project, feedback, event, etj. Këto jo vetëm që po përdoren në biseda të përditshme, por edhe në medie, madje edhe në dokumente zyrtare. Pra, gjithnjë e më shumë po bëhen pjesë e fjalorit të shqipes. Në aspektin sintaksor, shohim imitim të strukturave të huaja, p.sh.: e ndava experiencen time me ju, ose ndikimi nga italishtja, gjatë një bisede në telefon themi: më thuaj. Kështu ndërthurja e shqipes me anglishten apo italishten mendoj se e zbeh koherencën gjuhësore dhe krijon një variant hibrid që nuk i përket modelit të shqipes. Por ndikimi i globalizimit është i pashmangshëm, gjithashtu dhe ndikimi i gjuhëve fqinje. Ose ndikimi i faktorëve të tjerë socialë, si prania e medias italiane në shtëpitë e shqiptarëve, apo faktori i emigracionit të hershëm në këtë vend. Shumë shpejt do të kemi dhe interferencë të gjermanishtes në gjuhën shqipe, si shkak i eksodit të shqiptarëve në Gjermani. Kjo është vetëm çështje kohe.

Ku ndjehet më shumë rreziku në gjuhën e folur apo në gjuhën e shkruar?



Rreziku ndjehet në të dyja format, por në mënyra të ndryshme dhe me pasoja të ndryshme. Në gjuhën e folur rreziku është i padukshëm. Në të folur, huazimet, deformimet dhe fjalët e huaja futen në mënyrë të pakontrolluar. Mendoj se e folura është burimi i parë i komunikimit të përditshëm dhe aty formohen zakonet gjuhësore që më pas kalojnë edhe në të shkruar.

Ndërsa në gjuhën e shkruar, rreziku është më i madh dhe më i qëndrueshëm. Në të shkruar, çdo devijim mbetet i regjistruar. Përdorimi i drejtshkrimit të pasaktë, fjalive të paqarta dhe ndikimeve të pakontrolluara nga gjuhët e huaja krijon precedent për përhapje. Kujtojmë që tekstet publike, si ato në medie, shkolla, institucione, kur shkruhen dobët, ndikojnë te gjeneratat e reja, duke e shtrirë ndikimin e rrezikut më tej.

A ka abuzim me përdorimin e germës së madhe dhe në fjalë jo të përveçme, sepse tani për t'i dhënë rëndësinë një gjëje i vëmë shkronjë të madhe?

Patjetër që po. Sepse dhe ajo është pjesë e drejtshkrimit. Kjo vërehet sidomos në emërtimet e përveçme. Ndërsa në rastin kur e përdorim shkronjën e madhe vetëm për ta theksuar fjalën për arsye të ndryshme stilistikore mendoj se është ndikim nga gjuhët e huaja. Kjo nuk është në natyrën e shqipes, por të mos harrojmë që jetojmë në kohën e globalizimit dhe ndikimi do të reflektohet patjetër edhe në aspektin gjuhësor.

Si e shihni situatën e gjuhës shqipe të përdorur në mediat audiovizive?

Situata e gjuhës shqipe në mediat audiovizive shpërfaqet problematike dhe shqetësuese. Këtu do të përfshija mosrespektimin e gjuhës standarde, prirja për ta komercializuar gjuhën, varfëria leksikore

gjithashtu që vjen si pasojë e mosleximit të letërsisë artistike, por gjithashtu dhe pasojë e mungesës së kulturës së përgjithshme dhe edukimit të cunguar. Të mos harrojmë se kemi një numër të lartë të analfabetizmit funksional në Shqipëri. E gjithë kjo vjen si pasojë e krizës arsimore që po kalojmë, ku kemi ngecur prej disa vitesh.

Shumë gazetarë, prezantues dhe analistë flasin jashtë normave të shqipes standarde, përdorin trajta të dialektit të tyre, konstruktive joletrare dhe fjalë të panevojshme të huaja, pa kujdes për përpunimin gjuhësor. Përdorin një gjuhë me fjalor të varfër, të shoqëruar herë pas herë dhe me lokalizma, që për mendimin tim shprehin edhe ngjyrimet e provincialitetit, me struktura sintaksore të shkurtra e shpesh të përmbysura.

Nuk do të lija pa përmendur këtu dhe diskursin e përdorur gjatë fushatës së fundit politike në Shqipëri. Kam përcjellë jo pa qëllim disa prej politikanëve tanë, vetëm për të parë përdorimin e gjuhës, për të parë se si dinë ata përdorin diskursin gjuhësor për arsye politike. E nga ajo çka pashë dhe dëgjova ishte thjesht një trishtim. Madje shpeshherë u thanë dhe gafa të patolerueshme. Por përse vjen kjo? Përgjigjja nënkuptohet. Akoma dhe më trishtuese ishte dhe gjuha e trupit të tyre. Por kjo do të ishte një temë më vete që do të merrte dhe kohë më shumë. Përmes gjuhës ne arrijmë të përcaktojmë dhe nivelin intelektual e kulturor të tjetrit.

A ka ardhur momenti për të bërë një rregullore gjuhe për mediat audiovizive meqë ata janë përçues të gjuhës shqipe?

Po. Padyshim që ka ardhur momenti dhe madje është vonuar, për të hartuar dhe zbatuar një rregullore të qartë gjuhësore për mediat audiovizive, për shkak të rolit të tyre të jashtëzakonshëm si tejçues të gjuhës publike dhe model për brezat e rinj. Rregullorja nuk është kufizim, por mbrojtje për pasurinë dhe qartësinë e shqipes. Shumë vende kanë entitete këshilluese që bashkëpunojnë me mediat për të ruajtur cilësinë e gjuhës kombëtare, si Académie Française në Francë, Dudenredaktion në Gjermani, apo RAE në Spanjë. Kështu dhe shqipja ka nevojë për një strukturë të tillë mbështetëse, që të orientojë dhe jo të ndëshkojë.

Mungesa e kontrollit të redaktimit gjuhësor në mediet tona, ku shumica e mediave në Shqipëri dhe Kosovë nuk kanë redaktorë gjuhësorë dhe nuk ndjekin një manual të caktuar, ka sjell kaos dhe një cilësi të ulët profesionale. Media, përveçse është një mjet informimi, është dhe mjet gjuhëpërçues, bartëse e normës gjuhësore.



Madje, mund të themi se është kanali kryesor për shpërhapjen e saj. Çdo gabim, çdo deformim, çdo huazim i panevojshëm që shfaqet në medie përhapet menjëherë dhe riprodhohet nga audienca.

Në kuadër të kësaj do të propozoja disa sugjerime konkrete për këtë çështje.

a) Hartimi i një udhëzuesi gjuhësor për median, i miratuar nga Akademia e Shkencave ose Ministria e Arsimit, që përfshin drejtshkrimin, përkthimin, shmangien e huazimeve, duke kultivuar kështu modelin e të folurit profesional; Vendosja e një rregulloreje të brendshme për çdo medie; Televizionet të kenë një kod etik gjuhësor të zbatueshëm nga gazetarët, spikerët dhe përkthyesit; Krijimi i një njësie këshillimore për shqipen në mediet kombëtare që monitorojnë, sugjerojnë përmirësime dhe ofrojnë asistencë gjuhësore.

b) Trajnime periodike për gazetarët dhe redaktorët; Kurse të certifikuara për përdorimin e saktë të gjuhës shqipe, drejtshkrimin dhe përkthimin profesional.

c) Shqipja standarde si lëndë e detyrueshme për degën e gazetarisë në kontekstin mediatik dhe rolin e saj shoqëror.

d) Punësimi i redaktorëve gjuhësorë në media. Mendoj se çdo medie serioze duhet të ketë një ose më shumë redaktorë gjuhësorë që shqyrtojnë tekstet para publikimit.

e) Krijimi i një nisme publike Shqipëri-Kosovë me moton “Fol shqip, fol drejt”. Një nismë e përbashkët midis institucioneve dhe mediave që të promovojnë

përdorimin e gjuhës standarde në medie, dhe në institucione të tjera publike.

f) Krijimi i një çmimi kombëtar për emisionin me gjuhën më të saktë të përdorur, i cili do të shërbente si motivim për të krijuar një lloj ndërgjegjësimi gjuhësor midis redaksive të ndryshme.

Ju keni botuar një libër “Zanorja ë në gjuhën shqipe, ë-ja e patheksuar”, pjesë e doktoratës tuaj. Si qëndron kjo zanore në gjuhën shqipe?

Mendoj se kjo zanore është identiteti i standardit të shqipes. Por që në fakt problemet më të mëdha shqipja ose më saktë përdoruesit e shqipes i kanë pikërisht me këtë zanore. Bjerrja e saj çon në një shqipe të varfëruar, duke sjell ngatërresa fonetike që vështirësojnë të kuptuarin e saj, sidomos nga të huajt.

Ndërsa në shkolla shpesh fëmijët shkruajnë me gabime sepse nuk e dëgjojnë më zanoren ë në të folurën e përditshme. Këtu hyn në rol puna e mësuesit të gjuhës shqipe ku duhet të punojë tepër me nxënësit rreth ndërgjegjësimit fonetik dhe rëndësisë funksionale të së ë-së së patheksuar. Një përgjegjësi e mirë iu takon dhe specialistëve të hartimit të kurrikulave mësimore, ku duhet t'i lënë një hapësirë trajtimit të ë-së së patheksuar në tekstet e gjuhës shqipe, me fokus ushtrimet praktike që lidhen me këtë zanore.

Zanorja ë është quajtur nevralgjike, po sa e rrezikuar është ajo?

Kjo zanore është quajtur nevralgjike për shkak të natyrës së saj problematike dhe përqindjes së lartë të rregullave të drejtshkrimit që ajo zë, ku përbën 85% të tyre. Po, mund të themi që është një zanore në rrezik, që po rrezikohet jo vetëm nga përdoruesit e shqipes, por edhe nga vetë gjuhëtarët, të cilët kanë propozuar rregulla të reja për shkrimin e saj. Kuptohet, duke e bjerrë atë sa më shumë në drejtshkrimin e shqipes. Gjë e cila nuk më duket e udhës, sepse ajo ka funksione të rëndësishme leksiko-gramatikore. Këtë çështje e kam trajtuar dhe në punimin tim.

A ka shmangie të ë-së në gjuhën e folur?

Po, dhe kjo shmangie po bëhet gjithnjë e më e zakonshme në të folmen e qyteteve të mëdha, si Tirana, Durrësi, Prishtina, Elbasani, Shkodra. Vërehet një tendencë për ta zhdukur ë-në e patheksuar, sidomos atë fundore. Kjo ndodh për shkak të ritmit të shpejtë të të folurit, ndikimet dialektore, por gjithashtu dhe dëshira për të krijuar një trend të ri të shqipes. Por dua të them se kemi dhe raste të bjerrjes së saj në pjesën jugore të Shqipërisë. Megjithëse në dialektin e gegërishtes dhe nëndialekteve të saj shmangia e kësaj zanoreje është më e zakonshme.



Ndërsa në shqipen standarde kjo shmangie sjell ndryshime të ndjeshme, duke dobësuar gjuhën e përbashkët kombëtare. Ajo sjell gjithashtu dobësimin e drejtshqiptimit, ku fëmijët nuk do të arrijnë më të dallojnë fjalët me ë nga ato pa ë.

Mund të na jepni shembuj konkret të fjalëve të shkruara në gjuhën shqipe, ku hiqen apo përdoren ku nuk duan?

Ka shumë raste në shqipen e sotme ku ë-ja hiqet atje ku duhet dhe shtohet aty ku nuk duhet. Po i referohem një rasti të thjeshtë nga media.

1) Kryeministri shkoj për vizitë në Israel.
duhet të ishte

Kryeministri shkoi për vizitë në Israel.

2) Kryeministri do të shkoj për vizitë në Israel.
duhet të ishte

Kryeministri do të shkojë për vizitë në Israel.

Në të dy shembujt ngatërrohet veta e tretë me vetën e parë në 90% të rasteve të gazetarët, por edhe të përdoruesit e tjerë jashtë fushës mediatike. Fjalja e parë: shkoj-veta e parë, numri njëjës, koha e tashme (unë shkoj). Ndërsa shkoi- veta e tretë, numri njëjës, koha e kryer e thjeshtë (ai shkoi). Fjalja e dytë: do të shkoj- veta e parë, numri njëjës, koha e ardhme (unë do të shkoj). Ndërsa do të shkojë- veta e tretë, numri njëjës, koha e ardhme. Pra, është e dukshme se si e ndryshon kuptimin e fjalisë kjo zanore edhe pse e patheksuar. Këtu shohim funksionin që ajo ka në paradigmat foljore, për sa i përket vetës së parë dhe vetës së tretë.



Këto gabime vijnë si pasojë e shmangies në të folur dhe dobësimin të normës drejtshkrimore; Mungesës së kujdesit në të folurën publike dhe në mësimdhënie; Ndikimi i të folurës dialektore dhe i medias; Përpjekjet e dështuara për të shqipëruar fjalë të huaja aty ku është e pamundur.

Kështu që, është detyrë e jona dhe e shtetit gjithashtu që të rrisim ndërgjegjësimin për përdorimin e saktë të kësaj zanoreje, që është thelbësore për strukturën dhe identitetin fonetik të shqipes.

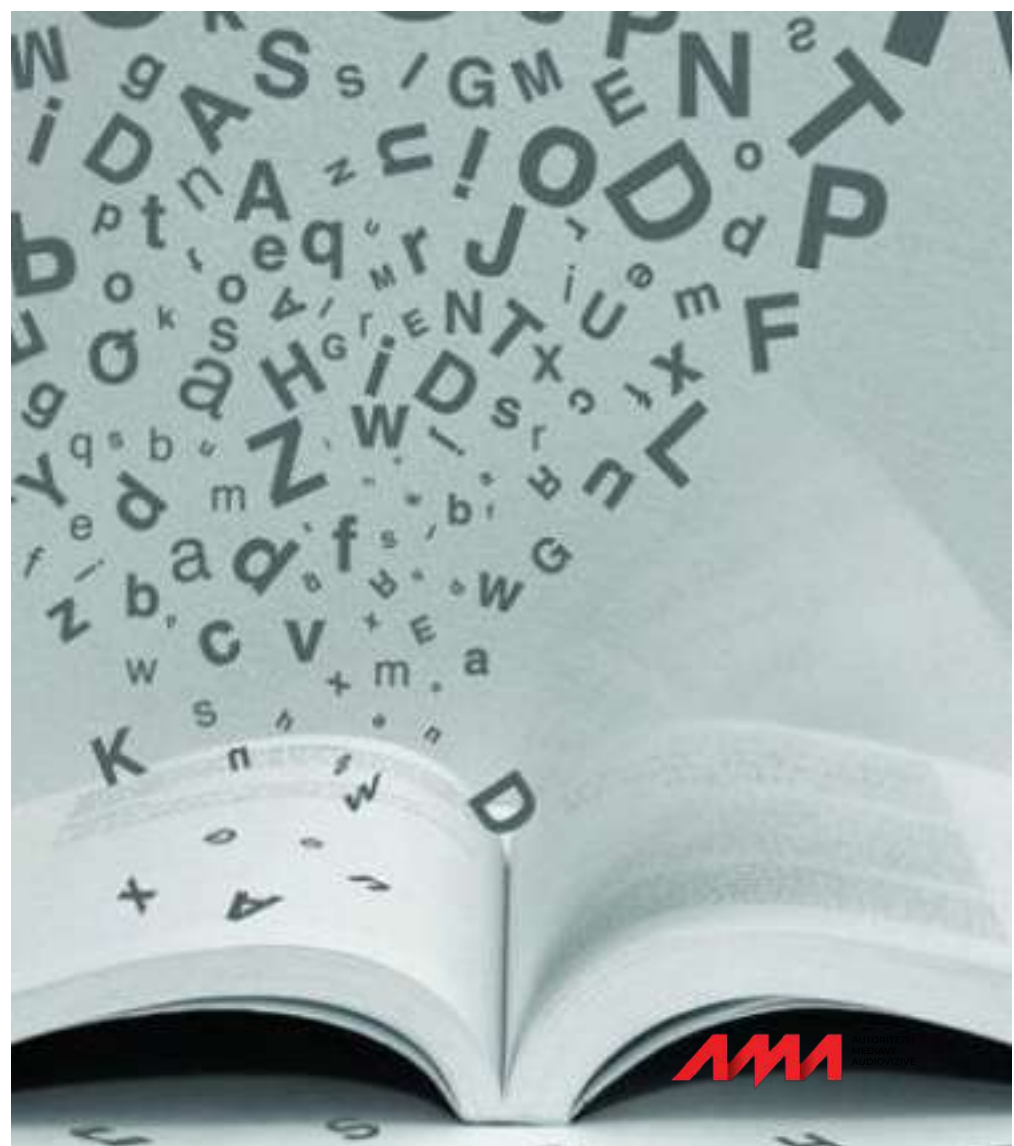
Kjo tashmë është një problematikë e familjarizuar dhe te opinionin publik. Të gjithë e dimë që kemi një shmangie të ndjeshme të përdorimit të ë-së së pathekuar si në median e shkruar, ashtu dhe audiovizive. Mendoj se kjo shmangie nuk vjen në mënyrë të qëllimshme, por nga mungesa e vetëdijes gjuhësore të gazetarëve. Kjo shmangie jo vetëm që cenon normën e shqipes standarde, por krijon edhe modele të gabuara për publikun. Mendoj se është urgjente që mediet të ndërgjegjësohen për rolin e tyre gjuhëtejçues dhe të rikthejnë kujdesin për përdorimin e ë-së, si element thelbësor i gjuhës sonë.

Shembuj ka shumë, si lūm, būrr, nān, kāl, ūj etj. Por në dialekte nuk mund të pretendojmë për përdorimin e drejtë të ë-së së patheksuar, e sidomos kur i referohemi gjuhës së folur. Kjo është më se e pranueshme. Dialektet zhvillohen në mënyrë të pavarur nga gjuha standarde. Nuk mund të pretendojmë për norma gjuhësore brenda dialekteve. Në këtë kontekst të mos harrojmë se dialektet janë pasuri gjuhësore, falë tyre gjallon gjuha standarde.

Kjo më duket e njëjtë me pyetjen çfarë ndodh kur bie tërmet. Dihet se çfarë!

Përpara se të ndalem te pasojat e eliminimit të saj dua të ndaj me lexuesin disa funksione të rëndësishme të ë-së së patheksuar në gjuhën shqipe në disa rrafshe.

Fillimisht po e nis me rrafshin fonologjik. Mosshqiptimi i saj në fjalët dërrasë, dëlir, këtë, këndej, këqyr, dëborë, lëbyr etj. do të krijonte onsetet drr, dl, kt, kn, kq, db, lb, me të cilat nuk fillon asnjë fjalë në shqipen standarde dhe do të binte ndesh me natyrën e shqipes. Një tjetër funksion i zanores ë të patheksuar, në këtë rast si zanore mbështetëse, është shmangia e vështirësive të shqiptimit të grupeve treshe apo katërshe të bashkëtingëlloreve, si te fjalët: lajmëtar (lajmtar), kombëtar (kombtar), harkëtar (harktar), bujqësi (bujqs) i etj.



Në rastin e mosshqiptimit të kësaj ë-je mbështetëse do të duhej të krijonim një rregull të ri të ndarjes në rrokje të këtyre grupeve bashkëtingëlloresh. Mungesa e saj do të sillte uljen e raportit ndërmjet zanoreve dhe bashkëtingëlloreve, duke e kthyer gjuhën shqipe në një gjuhë konsonantike. Në rrafshin morfologjik, në pozicion fundor ë-ja e patheksuar kryen disa funksione të rëndësishme leksiko-gramatikore në gjuhën shqipe. Ajo karakterizon temat emërore me -ë, si: copë, çantë, tavolinë, ditë, botë etj., duke përcaktuar dhe ndarjen e emrave ndërmjet tipave të lakimeve. Ajo shërben dhe si formant gramatikor i rëndësishëm në përcaktimin e gjinisë tek emrat: kokë-koka, botë-bota, tavolinë-tavolina, çantë-çanta, etj.

Ajo gjithashtu ndihmon në ruajtjen e dikotomisë emra femërorë-emra mashkullorë, ku mbështeten rreth 8 mijë emra femërorë me praninë e kësaj grafeme: plak-plakë, zog-zogë, kunat-kunatë etj.

Kjo zanore luan rol diferencues në kundërvënien e trajtave të shumësit të më shumë se 6 mijë emrave mashkullorë nga njëjësi i tyre, si: shofer-shoferë, gur-gurë, mjek-mjekë.

Pasojat e mosshkrimit të saj do të ndiheshin dhe në leksik gjithashtu, pasi do të rriste numrin e fjalëve homonime. Ajo bën të mundur që të mos shndërrohen në homonime e homoforma, gati të rreth 500 fjalë më të përdorshme të leksikut, si: an, ~i m. dhe an/ë, ~a f.; ar, ~i m. dhe ar/ë, ~a f.; bark, ~u m. dhe bark/ë, ~a f.; bir, ~i m. dhe bir/ë, ~a f.; bredh, ~i m. dhe bredh/ë, ~a f.; ferr, ~i m. dhe ferr/ë, ~a f.; krom, ~i m. dhe krom/ë, ~a f. etj.

Përveç heqjes së saj nga drejtshkrimi i gjuhës shqipe, mosshkrimi i ë-së fundore do të sillte ndryshime jo vetëm në drejtshqiptim, por edhe në strukturën rrokjesore të fjalës. Me rënien e ë-së fundore, fjalët dyrrrokëshe dorë, borë, arë, ujë, tokë etj. do të kalonin në fjalë me strukturë njërrrokëshe, si dor, bor, ar, uj, tok etj. Kështu boshti i leksikut të shqipes, që përbëhet më shumë nga fjalë me strukturë dyrrrokëshe, do të ndryshonte, duke mbizotëruar fjalët njërrrokëshe. Pra, do të kalonin në monosilabizëm të fjalëve, gjë që do të binte në kundërshtim me prirjen e leksikut të shqipes, por pasojat më të rënda do të ishin në aspektin morfologjik.

Si përfundim, intervistën time dua ta përmbyll me një thënie të Eqrem Çabejt “Gjuha është element i naltë kulture, jo objekt mode.”





Roli dhe ndikimi i medias audiovizive në mbrojtje të shëndetit mendor

Roli i medias audiovizive në mbrojtje të shëndetit mendor të audiencave është qëllimi i studimit mbi analizimin e efekteve të përmbajtjeve audiovizive, një bashkëpunim i AMA-s dhe Qendrës Gogo.al. Ndikimi i mediave është shumëdimensional dhe mund të ketë pasoja të mëdha në shëndetin mendor të audiencës. Sipas studimit, audiencat mendojnë se kryesisht iu prish humorin ose i streson tipologjia e përmbajtjeve audiovizive si: emisionet politike, edicionet informative dhe programet “reality show”. Audiencat gjithashtu mendojnë se televizionet në Shqipëri iu kushtojnë pak hapësirë çështjeve të shëndetit mendor dhe sugjerojnë më shumë specialistë të shëndetit mendor të ftuar në programe dhe të ketë më shumë prani të historive njerëzore. Tre metodat kryesore të këtij studimi janë: monitorimi i përmbajtjeve televizive, pyetësor “online” dhe intervista me të dhëna cilësore me ekspertë të fushës së medias, komunikimit, psikologjisë, sociologjisë etj. Monitorimi u krye në dy faza: monitorimin e përmbajtjeve televizive të edicioneve informative gjatë periudhës qershor–gusht 2024 dhe monitorimin e përmbajtjeve të programeve televizive gjatë periudhës shtator–tetor 2024 ndërsa kanalet televizive të monitoruara janë: “Top Channel”, “TV Klan”, “Vizion Plus”, “RTSH” dhe “News24”. Për të dyja monitorimet e përmbajtjeve televizive u përdorën kanalet e tyre në “Youtube”. Në këtë studim u përzgjedhën dhe ekspertët të fushave të ndryshme që janë Blendi Salaj, moderator në “Top Channel”, Erlis Çela ekspert i mediave dhe i komunikimit, Gëzim Tushi sociolog, Ramadan Çipuri ekspert i mediave dhe i komunikimit, Entela Binjaku sociologe dhe Milena Turtulli psikologe.

Pyetësori me 15 pyetje u shpërnda online te audiencat nga data 1 tetor deri në datën 31 dhjetor 2024 dhe u plotësua nga 769 persona.

Ai u shpërnda dhe në platformat e mediave sociale të medias online Gogo.al (Facebook, 5000 ndjekës), në grupe të ndryshme “Whatsapp”- i, nga përdorues të ndryshëm në mediat sociale, duke kontaktuar grupe studentësh etj., ku audiencat janë të përziera me qëllim që të kishim përqindje sa më përfaqësuese të të gjitha grupmoshave, arsimimit, qarqeve të vendit etj.

Të dhënat demografike të audiencave të pyetura (Total 769)

Vendbanimi	Mosha
Qarku i Shkodrës - 3.3%	18-30 vjeç – 44.2%
Qarku i Kukësit - 1%	31-40 vjeç – 29.3%
Qarku i Lezhës - 5.9 %	41-50 vjeç – 14.2%
Qarku i Dibrës - 1.2%	51-60 vjeç – 9.6%
Qarku i Durrësit - 15%	Mbi 60 vjeç – 2.7%
Qarku i Tiranës - 64.4%	
Qarku i Elbasanit - 3.3%	
Qarku i Fierit - 1.4%	
Qarku i Beratit - 0.7%	
Qarku i Korçës - 2.1%	
Qarku i Gjirokastrës - 0.9%	
Qarku i Vlorës - 1%	
	Arsimimi
	Shkollë 8-vjeçare – 7.2%
	Shkollë e mesme – 15.2%
	Shkollë profesionale - 4.4%
	Studime Bachelor – 21.7%
	Studime Master – 47.6%
	Doktoraturë – 3.9%

Tabela Nr.1. Të dhënat demografike të audiencave të pyetura

Audienca shqiptare sipas studimit kalojnë kohë të ndryshme duke parë televizion. Një pjesë e madhe e audiencës thotë se ka një përdorim të moderuar të tij më pak se 1 orë deri në 3 orë, ndërsa një grup i vogël kalon më shumë se 3 orë përpara ekranit. Mungesa e interesit nga 14.3% mund të tregojë një kalim të konsumit mediatic tek platformat digjitale dhe mediata sociale.

Sa shpesh shikoni programe televizive në një ditë?

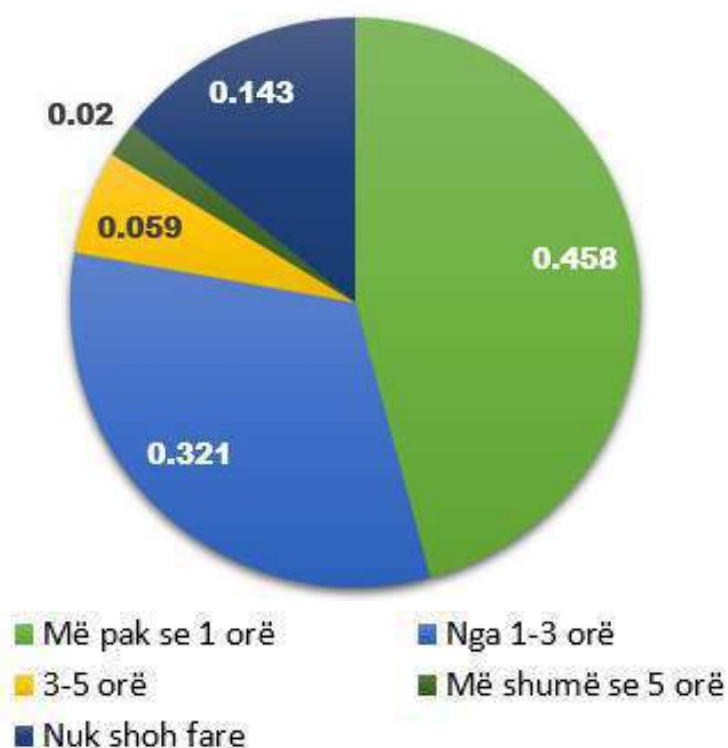


Figura Nr.1. Grafiku që tregon se sa orë në ditë audiencat ndjekin përmbajtje televizive

Ku i ndiqni më shumë programet televizive?

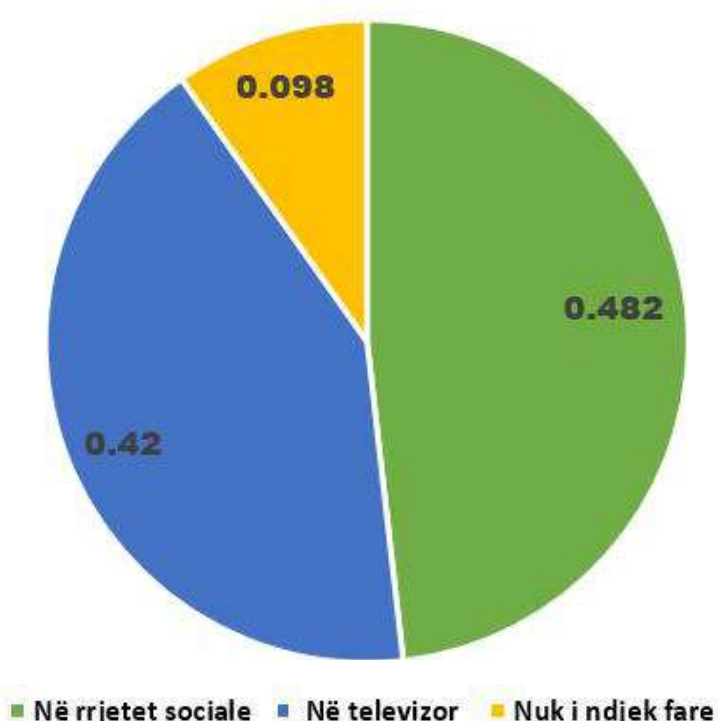


Figura Nr.2. Grafiku që tregon se ku audiencat i shohin programet televizive

Pjesa më e madhe e audiencave i ndjek përmbajtjet televizive në rrjetet sociale (48.2%), ndërsa aparatet televizive përdoren nga 42% e audiencave. Një përqindje (9.8%) nuk i ndjek askund.

Nga të dhënat shihet qartë se shumica e audiencës kalon më pak se 1 orë në ditë duke konsumuar përmbajtje televizive në rrjetet sociale, ndërsa vetëm një pjesë e vogël e audiencës kalon shumë kohë në to.

Sa kohë kaloni duke ndjekur përmbajtjet televizive nëpërmjet rrjeteve sociale?

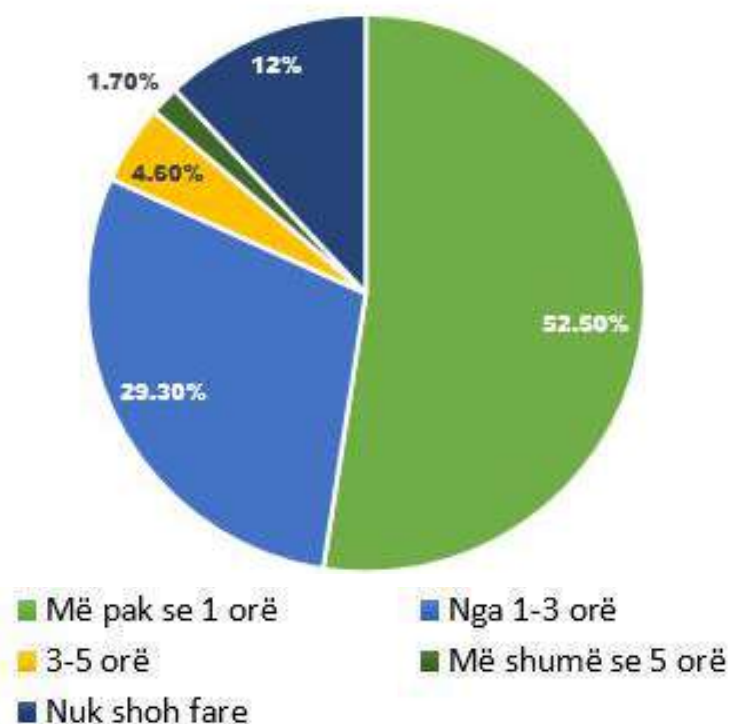


Figura Nr.3. Grafiku që tregon se sa kohë audiencat kalojnë kohë në rrjetet sociale duke ndjekur përmbajtjet televizive

A mendoni se kaloni shumë kohë duke parë televizor në krahasim me aktivitete të tjera që mund të bënit (si psh: ushtrime fizike, dalje me miqtë, etj.)?

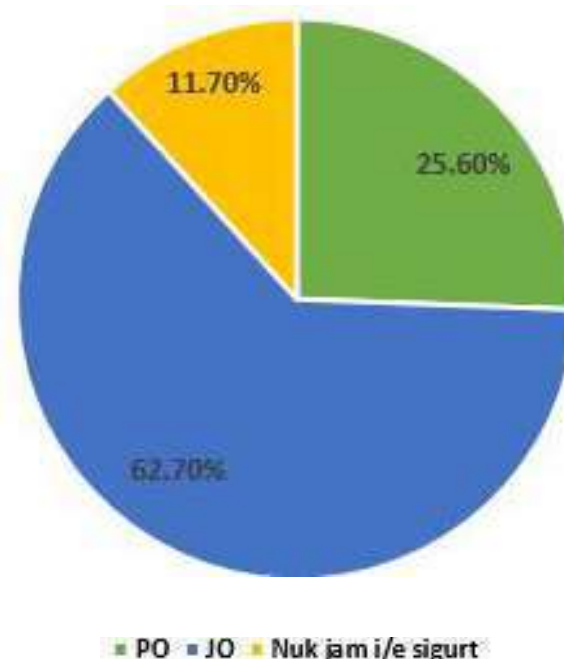


Figura Nr.4. Grafiku që tregon se a mendojnë audiencat se kalojnë shumë kohë duke parë TV në krahasim me aktivitete të tjera të përditshmërisë së tyre

Të pyetur më tej për tipologjinë e programeve, audiencat na tregojnë me përgjigjet e tyre se pjesa më e madhe është e orientuar drejt filmave, serialeve dhe argëtimit të përgjithshëm. Pjesa tjetër e audiencës ka gjithashtu interesa të tjera si për programet edukative, kulturore, lajmet dhe sportet.

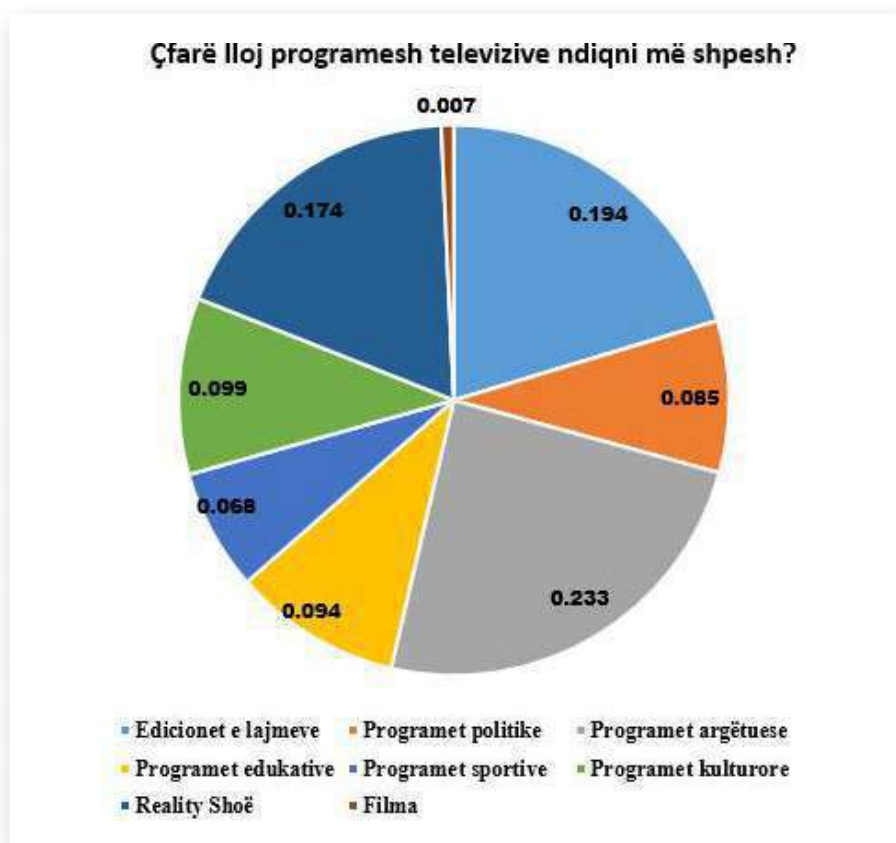


Figura Nr.5. Grafiku që tregon llojet e programeve televizive që ndjekin audiencat

Rezultati tregon se audiencat janë më të prirura të ndjekin programe argëtuese, lajme dhe reality show, ndërsa për programet kulturore, edukative, politike dhe sportive interesimi është relativisht më i ulët. Përdorimi i gjuhës së papërshtatshme dhe fokusimi në drama dhe konflikte për të tërhequr vëmendje janë shqetësime të tjera që janë ngritur shpesh. Mediat shpesh përqendrohen më shumë në marketing sesa në ofrimin e informacionit të dobishëm, veçanërisht për shëndetin. Në përmbajtjen televizive flitet shume për dhunën dhe ka pak emisione me përmbajtje edukative, kulturore, si dhe ka reklamim të tepruar. Një përqindje të konsiderueshme zënë emisionet politike.



Pjesa më e madhe e të pyeturve mendojnë se duhet të ketë më shumë qasje pozitive në trajtimin e temave dhe të debateve, më pak mendojnë se duhet të ketë më shumë specialistë të shëndetit mendor të ftuar në programet televizive shqiptare

Cilat programe në televizionet shqiptare ju prishin më shumë humorin ose ju stresojnë?

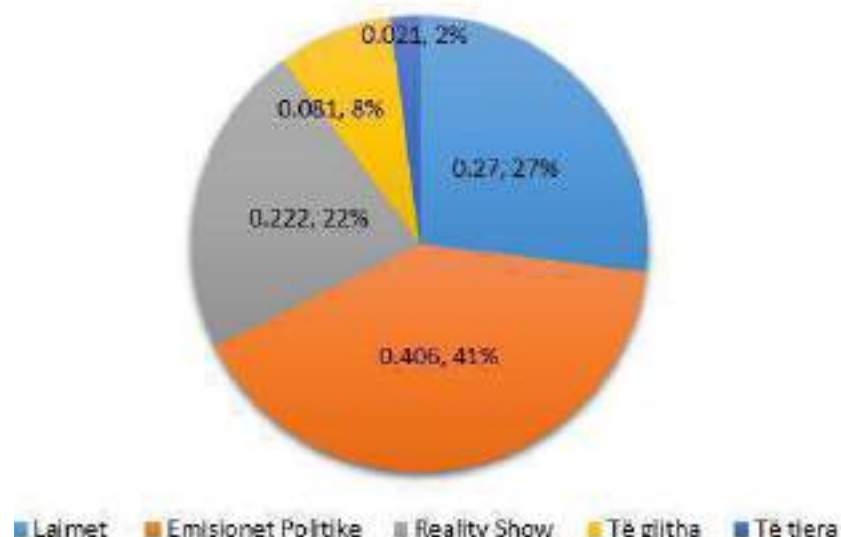


Figura Nr. 6. Grafiku që tregon se cilat programe në televizionet shqiptare i prishin më shumë humorin audiencës

Audiencat mendojnë që televizionet nuk i trajtojnë sa duhet në programet e tyre çështjet e shëndetit mendor (81%) dhe vetëm 7.7% mendojnë që po.

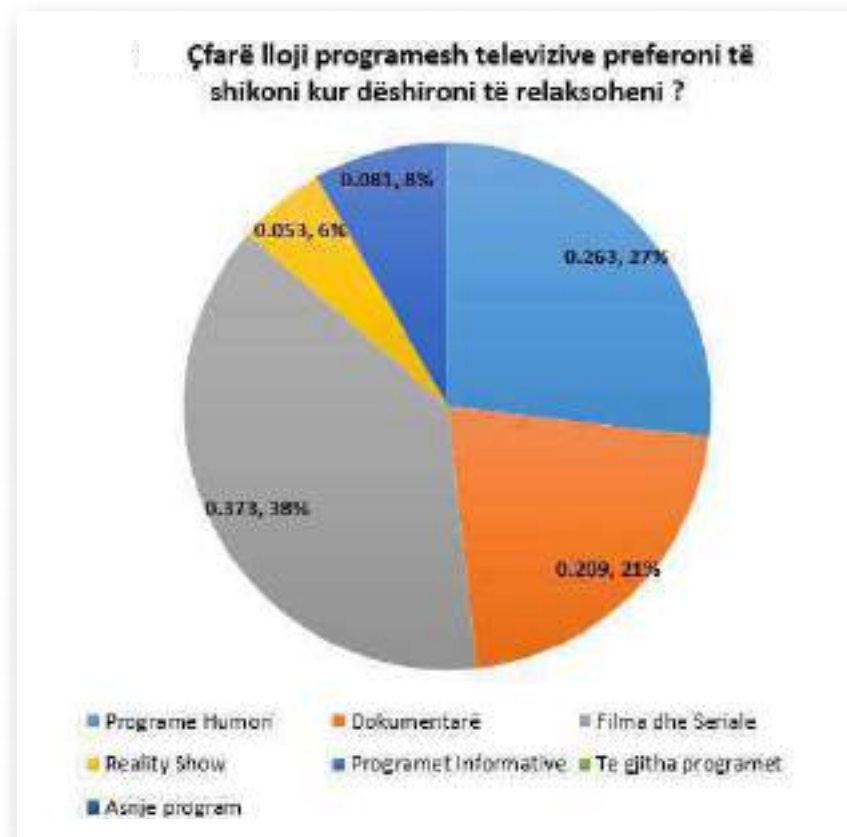


Figura Nr.7. Grafiku që tregon se çfarë programesh shohin audiencat kur duan të relaksohen

Përgjigjet e pyetjes se çfarë lloji programesh televizive preferoni të shikoni kur dëshironi të relaksoheni janë më shumë të përqendruara te filmat dhe seriale (37.3%), programet e humorit (26.3%), dokumentarët (20.9%), reality shoë (5.3%) si dhe programet informative (8.1%).

Çfarë mendojnë audiencat se mund të bëjë më shumë televizioni për të mbrojtur shëndetin e tyre mendor? Përgjigjet e kësaj pyetje lidhen me disa mundësi zgjedhjeje pasi të anketuarit kanë pasur

mundësinë të zgjedhin 3 alternativa si dhe kanë pasur mundësinë të shtojnë edhe një alternativë të tyre, në mënyrë që të japin idetë kur bëhet fjalë se çfarë mendojnë se mund të bëjë më shumë televizioni (media audiovizive) për të mbrojtur shëndetin e tyre mendor.

Kështu, pjesa më e madhe e të pyeturve mendojnë se duhet të ketë më shumë qasje pozitive në trajtimin e temave dhe të debateve, më pak mendojnë se duhet të ketë më shumë specialistë të shëndetit mendor të ftuar në programet televizive shqiptare.

Mediat sociale janë më të vështira për t'u rregulluar sesa mediat tradicionale, pasi algoritmet e këtyre platformave janë krijuar për të maksimizuar ndërveprimin dhe kohën që përdoruesit kalojnë në to. Ramadan Çipuri dhe Gëzim Tushi theksojnë se kur përmbajtjet televizive krijohen pa respektuar kodet etike, ato mund të kontribuojnë në përhapjen e stereotipeve dhe stigmatizimin e individëve me probleme të shëndetit mendor duke krijuar një atmosferë negative që mund të rrisë ndjenjat e turpits dhe izolimit.

Ndërkaq, Milena Turtulli Bregu dhe Entela Binjaku, janë të mendimit se përmbajtjet me dhunë dhe seksualitet të transmetuara në media, kanë pasoja të drejtpërdrejta tek shëndeti mendor i audiencave, veçanërisht tek të rinjtë. Këto përmbajtje shpesh çojnë në rritjen e konfliktualitetit, sjelljeve të gabuara, veprimeve të paligjshme deri në shkelje të normave shoqërore dhe problemeve të shëndetit mendor si ankthi, depresioni dhe çrregullimet e sjelljes.

Blendi Salaj thekson se: “Duhet të shmangët sensacionalizmi dhe të promovohen histori që inkurajojnë reflektim, mirëkuptim dhe empati. Po ashtu, duhet të inkurajohet përdorimi i kujdesshëm i mediave dhe kufizimi i ekspozimit ndaj përmbajtjeve negative, për të krijuar një ambient më të shëndetshëm digjital”.

“Ka vite që televizionet me programet informative (lajmet), apo debatet “prime time”, sjellin para publikut ngjarje dhe fenomene ku evidentohen raste konkrete të homocideve, femicideve apo suicideve, dhunës, gjuhës së urrejtjes, diskriminimit, bullizimit, të cilat kanë një impakt e ndonjëherë japin efektin domino në individë të ndjeshëm. Është një shqetësim i madh sipas komunitetit të studiuesve psiko-social, aksesit në rritje që kanë fëmijët dhe adoleshentët tek filmat dhe lojërat me përmbajtje dhune dhe agresivitei, ç'ka mund të çojë edhe në manifestimin e një sjellje të tillë tek ata”- thonë ekspertët. Ky studim doli në përfundim se ndikimi i mediave është shumëdimensional dhe mund të ketë pasoja të mëdha në shëndetin mendor të audiencës.



AMA mbështet studimin

AI NË MEDIAT AUDIOVIZIVE NË SHQIPËRI



Sipas indeksit të Oxfordit për vitin 2023, niveli i përdorimit të AI në Shqipëri është afërsisht në rendin 43 pikëve nga 100 pikë gjithsej duke lënë pas në Europën Lindore vetëm Moldavinë, Bosnjë Hercegovinën dhe Bjellorusinë. Nga shqyrtimet në terren dhe intervistat me drejtues të mediave televizive, është parë se niveli i përdorimit të AI është mjaft i ulët.

Disa nga përdorimet e AI në Shqipëri përfshijnë bankungun, mjekësinë dhe arsimin. Spitali Qendror 'Nënë Tereza' i Tiranës ka nisur të përdorë teknologji AI për analizën e imazheve mjekësore, si radiografite dhe skanime të tjera. Kjo ndihmon në diagnostikimin e sëmundjeve me më shumë saktësi dhe në kohë më të shkurtër. Bankat dhe kompanitë e telekomunikacionit përdorin chatbot-e të bazuar në AI pa patur nevojën për ndërhyrjen e drejtpërdrejtë të stafit. AI po gjen përdorim edhe në universitete.

Por ndërkohë impakti i përdorimit të saj shihet si negativ në nivelin e përgatitjes së studentëve shtimit të rasteve të plagjiaturës edhe pse disa universitete private kanë shtuar masat për kontrollin e punimeve të dorëzuara nga studentët, përdorimi i AI po dëmton krijimtarinë te brezi i ri. Në Mediat Audiovizive moderatori i njohur i Tv Klan, Blendi Fevziu realizoi një emision kushtuar AI në 2 tetor 2023.

Përgjatë emisionit ai transmetoi momente kur një avatar i tij filloi të fliste në arabisht e rusisht në lidhje me emisionin. Euronews Albania transmetoi në të njëjtën ditë lajme të moderuara nga një spikere e krijuar nga AI, duke befasuar për një moment shumë shikues.

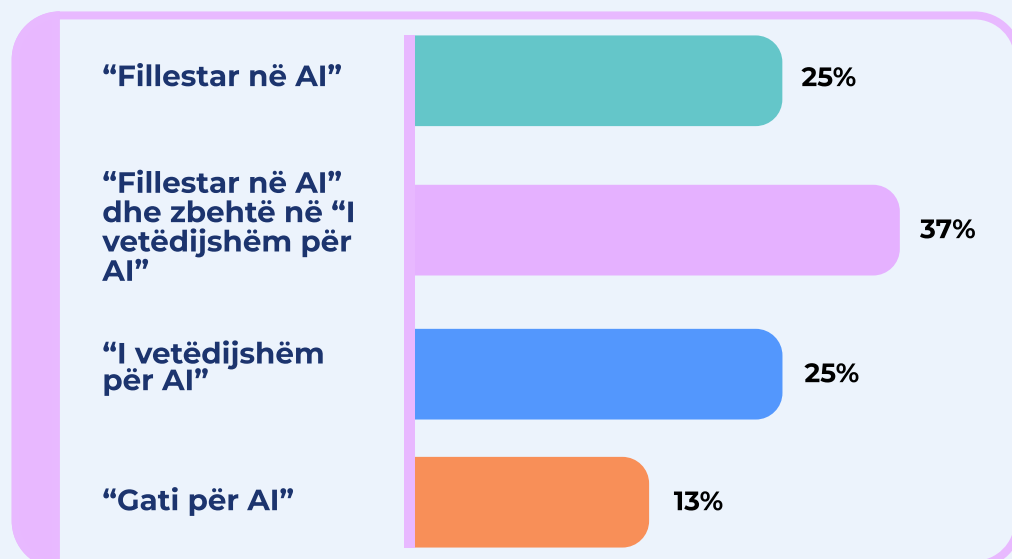
MCN Tv nisi transmetimin e një edicioni lajmesh në orën 23.00 i bazuar në elementë të AI. Më pas emisioni u ndërpre.

Në përgjithësi TV në Shqipëri nuk kanë lidhje të forta me teknologjinë apo kompani teknologjike. Vetëm një kompani që merret me teknologjinë dixhitale pronëson një televizion, MCN.

Përgjigjet e vlerësuesit janë bazuar mbi intervista me drejtore lajmesh në të gjitha televizionet e monitoruara.

Se sa zbatohet AI në mediat audiovizive shqiptare arrihet në përfundimin se nga 8 televizionet e përzgjedhura për të matur gatishmërinë për AI, 1 televizion, MCN Tv është pjesërisht në nivelin e tretë të gatishmërisë 'Gati për AI' dhe plotëson kushtet për nivelin e dytë 'I vetëdijshëm për AI'; dy televizione Euronews Albania dhe Ora News janë në nivelin e dytë 'I vetëdijshëm për AI'; tri televizione, TV Klan, Top Channel, Syri Tv dhe Klan News ndodhen në nivelin e parë 'Fillestar në AI' dhe zbehtë në nivelin e dytë 'I vetëdijshëm për AI'; RTSH dhe Vision Plus përfshihen në nivelin e parë 'Fillestar në AI'.

GATISHMËRIA PËR ZBATIMIN E AI NË TELEVIZIONET SHQIPTARE



MONITORIMI I TELEVISIONEVE KOMBËTARE

Niveli i zbatimit të AI në televizionet kryesore shqiptare ishte një nga synimet e projektit. Janë monitoruar 3 nga televizionet kombëtare në edicionet e tyre të lajmeve të mesditës dhe mbrëmjes të alternuara. Televizionet e monitoruara janë Top Channel, Vizion Plus, RTSH. Koha e monitorimit ka qënë 15 korrik-15 gusht 2024.

Secili prej këtyre televizioneve është matur respektivisht në edicionet e përditshme të lajmeve: 15 ditë në edicionet e drekës, Top Channel në orën 15.00, Vizion Plus në orën 15.00 dhe RTSH në orën 16.00; 15 ditë të tjera monitorimi është kryer në edicionet e mbrëmjes respektivisht Top Channel në orën 19.30, Vizion Plus në orën 19.00 dhe RTSH në orën 20.00.

Monitorimi synonte të identifikonte rastet e përdorimit të AI: në përdorimin si spiker lajmesh, hedhje e zërit ose mbulim i lajmit me zë digjital përmes AI, dizainimi i cover të lajmeve përmes AI, prodhim të përmbajtjes përmes AI, përdorim të imazheve të gjeneruara nga AI, analizë e të dhënave përmes AI në formën e infografeve apo formate të tjera të paraqitjes. Në asnjë rast përgjatë muajve korrik dhe gusht 2024 nuk është konstatuar përdorimi i AI në krijimin apo transmetimin e lajmeve për secilin nga 3 televizionet e monitoruara: Top Channel, Vizion Plus, RTSH. Për të konfirmuar gjetjet e monitorimit janë përdorur edhe dy nga pyetjet e përcaktuara në pyetësorin për drejtorët e lajmeve në televizionet e përzgjedhura për monitorim.

Pyetjet ishin të drejtpërdrejta: A e përdorni AI në krijimin e ndonjë produkti në median tuaj. Nëse po përshkruaj shkurt për çfarë bëhet fjalë? Në çfarë aktiviteti të dhomës së lajmeve apo medias, e keni përdorur apo mendoni ta përdorni AI së pari? Përgjigjet e përmbledhura në lidhje me këto pyetje janë si mëposhtë:

Drejtori i Lajmeve në Top Channel: Aktualisht nuk e përdorim ende AI në rrugë institucionale për të gjeneruar përmbajtje mediatike.



Kjo do të thotë që nuk kemi instaluar ndonjë aplikacion apo krijuar ndonjë praktikë automatizimi të punës sonë redaksionale, e cila ka kontroll të plotë nga burimet njerëzore në të gjitha hallkat. Mund të ketë raste të përdorimit individual të Chatgpt apo ndonjë aplikacioni tjetër nga ndonjë prej reporterëve sa i përket asistencës në përkthimin, shkrimin apo editimin e informacionit, por jo për të gjeneruar informacion të ri apo lajme

Drejtori i lajmeve në Vizion Plus: Nuk përdorim AI në median tonë. Deri tani nuk e kemi përdorur por kur të shohim që mund të na ndihmojë, do e përdorim pa asnjë problem.

Drejtori i Lajmeve në RTSH: Nuk përdorim AI në asnjë rast të prodhimit të lajmeve. Pra televizionet kombëtare në Shqipëri nuk kanë zbatuar ndonjë formë të përdorimit të AI gjatë procesit të ndërtimit, transmetimit të lajmeve (deri në shtator 2024). Vetëm në 4 raste ka përdorim të AI në ndërtimin e 'cover' të lajmeve që lidhen me Euro 2024. Fakti se nuk ka përdorim në lajme, nuk përjashton mundësinë e përdorimit të AI në mënyrë individuale nga gazetarët, redaktorët etj gjatë procesit të prodhimit të produkteve të televizioneve. Gjetjet nga desk research dhe monitorimi i përdorimit të AI në mediat audiovizive u prezantuan në 6 takime që u zhvilluan në Tiranë, Gjirokastër, Korçë, Shkodër, Kukës dhe Elbasan. Gjatë tryezës u vu theksi tek nevoja e kodit të etikës për përdorimin e AI në media dhe rrezikun që paraqet ajo nëse nuk ka kontroll njerëzor.

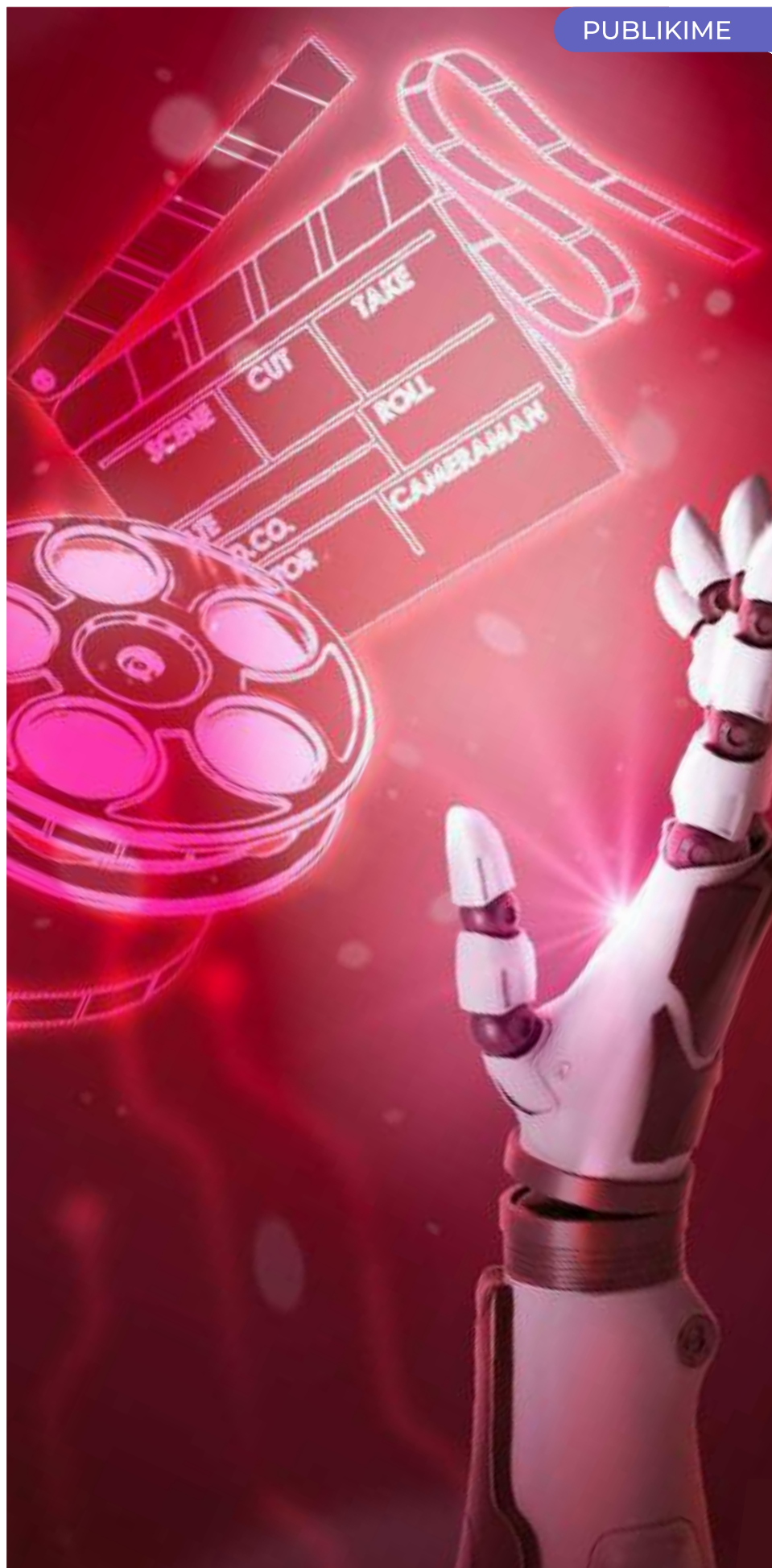
Në Tiranë, Qendra për Transparencë dhe Informim të Lirë mbajti një tryezë në bashkëpunim me AMA dhe Lëvizja Europiane në Shqipëri (EMA), duke ndërthurur kriteret e BE për mediat në kuadrin e procesit të anëtarësimit dhe avancimin për rregullimin e përdorimit të AI në mediat audiovizive. Gjatë diskutimeve dhe prezantimeve u theksua domosdoshmëria e përdorimit etik të inteligjencës artificiale (AI) në mediat audiovizive, ndërsa në diskutime u përfshinë aktorë të ndryshëm të shoqërisë civile, përfaqësues nga mediat dhe AMA si dhe u hartuan edhe disa rekomandime.

Duke plotësuar panoramën e punës së AMA-s, kryetarja e AMA, Armela Krasniqi theksoi se Autoriteti i Mediave Audiovizive është i angazhuar për thellimin e rolit nxitës në procesit të matjes së audiencës, rolin rregullues, lidhur me shkeljet apo

hapësirat ende të parregulluara, çka nënkupton dukurinë e Piraterisë online dhe marrëdhëniet me Platformat e Shpërndarjes së Videove si dhe rolin aktiv sensibilizues dhe edukues në procesin e Edukimit Mediatik.

Për sa i përket përdorimit të Inteligjencës Artificiale (IA), rekomandohet që përdorimi i IA nga mediat të jetë i përputhur me standardet etike të gazetarisë dhe i filtruar në kohë reale, kryesisht me dhjetë parimet e Kartës së Parisit për Inteligjencën Artificiale dhe Gazetarinë, për të shmangur informacionet e pasakta ose të manipuluar. Mediat audiovizive kanë një shikueshmëri të lartë, jo vetëm brenda vendit, por edhe në diasporë dhe është e rëndësishme të ruhet dhe përforcohet përdorimi i gjuhës shqipe.

Kodet e etikës të gazetarisë duhet të zgjerohen edhe për përfshirjen e AI. Kodi i transmetimit që zbatohet nga mediat audiovizive në Shqipëri të absorbojë elementë të etikës në përdorimin e AI në televizione edhe pse ende përdorimi i AI në mediat audiovizive në Shqipëri është në hapat e parë. Parimet e përshkruara të etikës në rastin e RSF, PAI, BBC mund të shërbejnë si bazë e mirë për të përmbushur nevojat e kodit të etikës në lidhje me përdorimin e AI në mediat audiovizive. Mediat audiovizive në Shqipëri duhet të planifikojnë sa më shpejt kurse të AI literacy të strukturuar për punonjësit e tyre në terma teknologjikë dhe etikë.



Pamje nga forumi i zhvilluar në Tiranë me gazetarë, përfaqësues të shoqërisë civile për median dhe drejtues e punonjës të AMA

700 MHZ DHE RRUGA DREJT INTEGRIMIT DIGJITAL EUROPIAN



Vasil Mitezi

Drejtor, Drejtoria e Planifikimit të Frekuencave dhe TIK

Autoriteti i Mediave Audiovizive gjendet sot përpara një momenti të rëndësishëm, të përbërë nga dy etapa zhvillimore me peshë të madhe: lirimi i brezit 700 MHz dhe modernizimi i infrastrukturës së teknologjisë së informacionit për monitorimin e spektrit audioviziv.

Këto nuk janë thjesht detyra teknike apo rregullatore, por janë sfida që lidhen drejtpërdrejt me të ardhmen digjitale, pasi janë mjetet që shërbejnë për përshtatjen me standardet europiane.

Për nga rëndësia strategjike dhe dimensionin ndërkombëtar që e karakterizon, lirimi i brezit frekuencor 700 MHz është një ndërmarrje urgjente edhe me implikime serioze përsa i përket rolit që ka Shqipëria në rrugën drejt Tregut Unik Digjital të Bashkimit Europian.

Nga WRC-15 tek 5G

Procesi i lirimit të brezit 700 MHz në Shqipëri nuk është një zhvillim i izoluar, por pjesë e një agjende globale të vendosur në Konferencën Botërore të Radio-komunikimeve (WRC-15) të organizuar nga Unioni Ndërkombëtar i Telekomunikacioneve (ITU). Në nëntor të vitit 2015, kjo konferencë vendosi një nga gurët më të rëndësishëm të themelit për rrjetet e ardhshme të komunikimeve.

Përmes Rezolutës 760, u përcaktua se brezi 694–790 MHz duhet të përdoret në mënyrë të harmonizuar për shërbimet e lëvizshme me qëllim zhvillimin e 5G dhe gjeneratave të ardhme të komunikimeve elektronike.

Kjo rezolutë vuri bazat për lirimin e brezit në të gjithë Europën dhe rajonet kufitare, duke kërkuar që shtetet të ndërmerrnin hapa konkretë për të kaluar transmetimet ekzistuese televizive në breza më të ulët të UHF-së dhe për t'i hapur rrugë përdorimit komercial të 700 MHz për rrjetet e gjeneratës tjetër.



Shqipëria ishte pjesë e këtij angazhimi ndërkombëtar, duke nënshkruar aktet përfundimtare të WRC-15 dhe duke marrë përsipër detyrimin për lirimin e brezit 700 Mhz nga transmetimet televizive dhe kalimin e tij për përdorim nga operatorët celularë.

Bashkëjetesa e stacioneve DVB-T2 me LTE

Në Shqipëri, ky brez vazhdon të përdoret nga transmetuesit digjitalë tokësorë. Ofruesit kombëtarë të shërbimit mediatik audioviziv (OSHMA) kanë zgjeruar kapacitetet e tyre teknike për të ofruar mbulim më të gjerë dhe më cilësor, në përputhje me licencat dhe detyrimet publike ndaj shikuesve. Ky angazhim dëshmon përpjekjen e tyre për të respektuar standardet ligjore dhe teknike.

Nga ana tjetër, edhe operatorët e shërbimeve celulare kanë ndërmarrë investime të konsiderueshme për ndërtimin e rrjeteve LTE dhe 5G, duke përfshirë planifikimin për përdorimin e brezit 700 MHz.

Në zonën e Fushë Dajtit aktualisht operon CH.59 (774–782 MHz) për transmetim televiziv tokësor, ndërsa në 801–811 MHz funksionon shërbimi LTE, i ndarë nga një hapësirë sigurie prej 19 MHz, çka shmang interferencat reciproke.

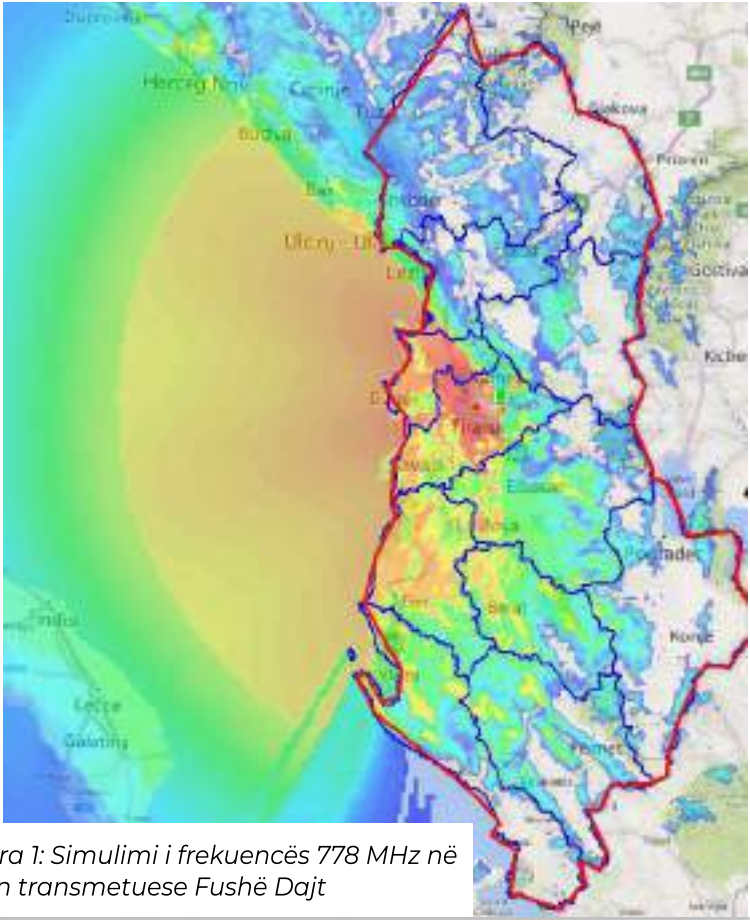


Figura 1: Simulimi i frekuencës 778 MHz në pikën transmetuese Fushë Dajt

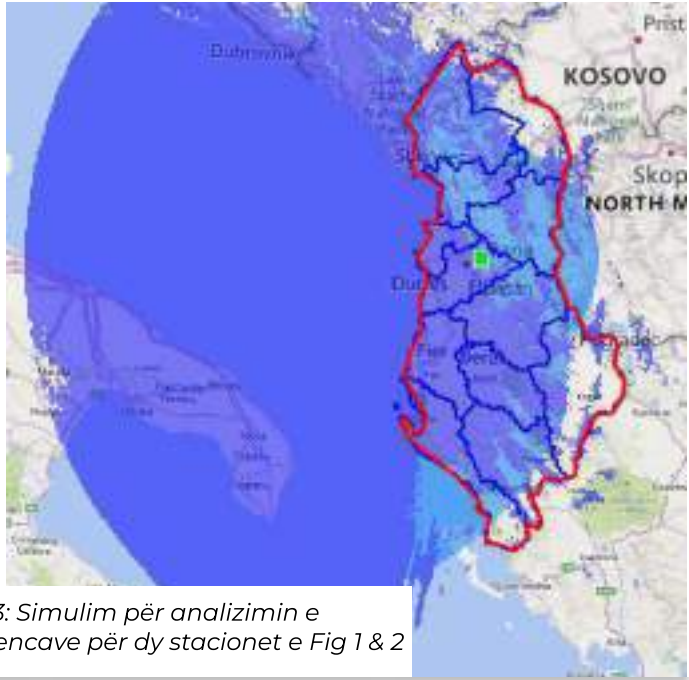


Figura 3: Simulim për analizimin e interferencave për dy stacionet e Fig 1 & 2

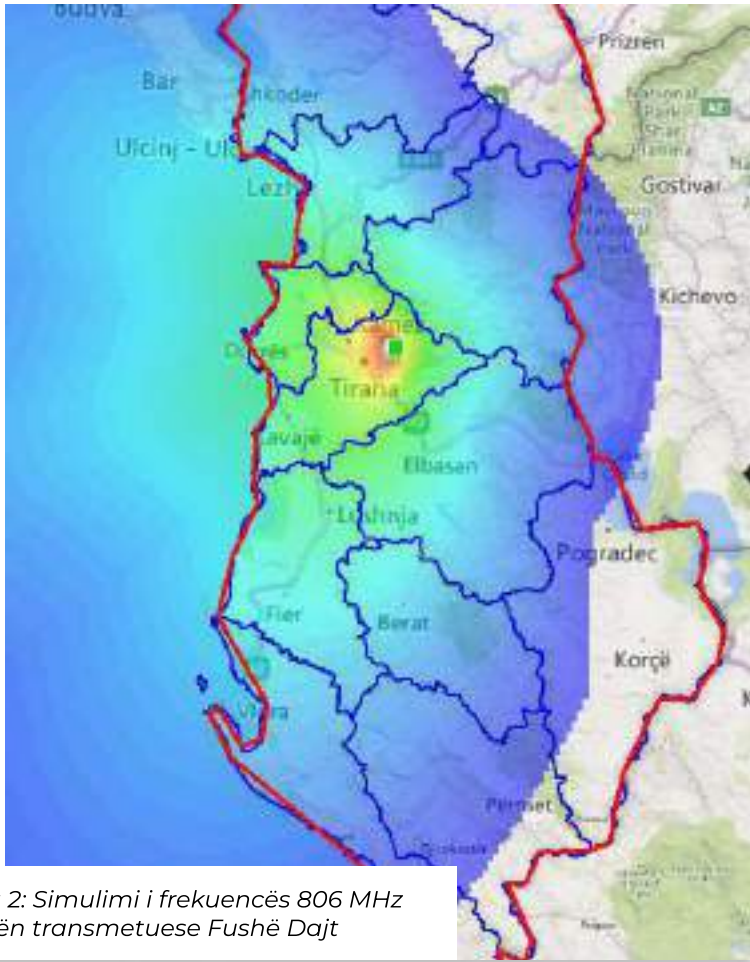


Figura 2: Simulimi i frekuencës 806 MHz në pikën transmetuese Fushë Dajt

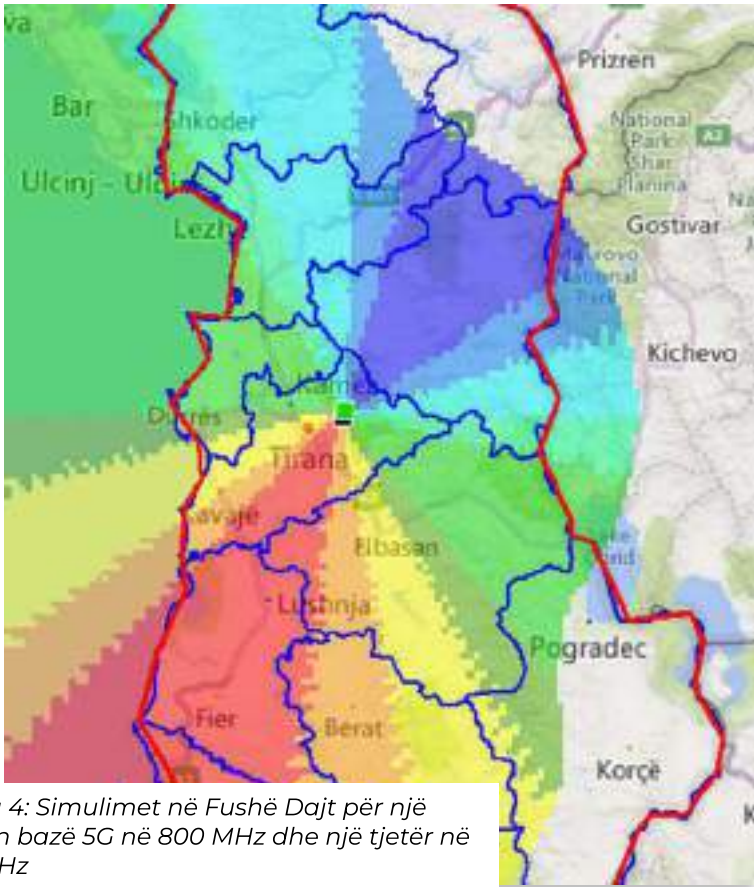


Figura 4: Simulimet në Fushë Dajt për një stacion bazë 5G në 800 MHz dhe një tjetër në 700 MHz

Megjithatë, brezi 800 MHz nuk është i përshtatshëm për implementimin e 5G, pasi është i harmonizuar ndërkombëtarisht vetëm për LTE Band 20, spektri i tij është i fragmentuar dhe ekosistemi i pajisjeve 5G nuk e mbështet. Përkundrazi, brezi 700 MHz është i dedikuar për 5G NR dhe i harmonizuar në nivel europian, duke mundësuar përdorimin e blloqeve më të gjera frekuencore dhe shërbime të qëndrueshme.

Simulimet e kryera në Fushë Dajt për një stacion bazë 5G në 800 MHz dhe një tjetër në 700 MHz tregojnë qartë se 700 MHz siguron mbulim më të gjerë. Diferenca mesatare në path-loss rezulton rreth 0.8 dB në favor të 700 MHz, që përkthehet në një rritje 5–6% të rrezes dhe deri 10–12% më shumë sipërfaqe të mbuluar. Ky avantazh bëhet edhe më i ndjeshëm në kushtet uplink dhe në mbulimin indoor, ku performanca e terminaleve përdorues varet drejtpërdrejt nga frekuencat më të ulëta. Në përfundim, ndonëse brezi 800 MHz mund të shfrytëzohet efektivisht për LTE pa ndërhyrë në CH.59, implementimi i teknologjisë 5G kërkon patjetër shfrytëzimin e brezit 700 MHz, i cili siguron mbulim më të mirë, kapacitet të shtuar dhe përputhje të plotë me ekosistemin global të 5G.

Report listing											
Record	Address	NetID	Surface covered (km2)	Station B #	Address	NetID	Surface covered (km2)	Surface comparison A/B...	Surface comparison B/A (pc)	Dif. A/...	Dif B/A (pc)
1	FUSH...	758 MHz	16012.80	4	FUSH...	806 MHz	13813.76	115.92	86.27	89.18	76.93

Karakteristikat fizike të brezit 700 MHz e bëjnë atë unik. Valët në këtë frekuencë udhetojnë larg, mbulojnë më mirë zonat rurale dhe kanë depërtim më të lartë brenda ndërtesave. Kjo do të thotë që ky brez është çelësi për ta bërë mbulimin 5G universal, jo vetëm në kryeqytet dhe qytetet e mëdha, por edhe në zona rurale, zona bregdetare, turistike etj. Pa të, operatorët do të ishin të detyruar të përdornin vetëm brezat e lartë si 3.6 GHz, të cilët ofrojnë kapacitet të madh, por kërkojnë shumëfish më tepër stacione bazë dhe investime më të larta për të arritur të njëjtin mbulim.

Interferencat ndërkufitare: një realitet i përditshëm

Një nga vështirësitë kryesore të procesit të lirimit të brezit 700 MHz lidhet me interferencat ndërkufitare. Për shkak të pozitës gjeografike të Shqipërisë dhe afërsisë me detin, valët në brezat UHF shpesh kalojnë përtej kufijve, duke shkaktuar mbivendosje të sinjaleve televizive dhe celulare. Kjo situatë mbetet sidomos delikate me vendet fqinjë, si Italia, Greqia, Mali i Zi dhe Republika e Maqedonisë së Veriut.

Në disa raste, administratat e këtyre vendeve kanë paralajmëruar se do të kërkojnë kompensim financiar për dëmet e shkaktuara nga ndërhyrjet. Problemi bëhet edhe më i ndjeshëm gjatë sezonit turistik, kur përdorimi i shërbimeve celulare në bregdet rritet në mënyrë eksponenciale dhe cilësia e shërbimit ndikohet drejtpërdrejt.

Bashkimi European e ka bërë të qartë se zbatimi i vendimit të Parlamentit dhe Këshillit të BE për lirimin e brezit 700 MHz është një detyrim i qartë dhe lidhet drejtpërdrejt me përmbushjen e kriterëve të kapitullit të transformimit digjital në procesin e anëtarësimit. Vonesat në këtë drejtim janë cilësuar si shqetësuese dhe në takimet e fundit në RSPG (Radio Spectrum Policy Group) është shprehur qartë zhgënjimi për mungesën e progresit në lidhje me këtë çështje.

Plani Kombëtar i Frekuencave, i miratuar në dhjetor 2024, parashikon që lirimi të përfundojë deri në fund të vitit 2025, por koha është tashmë në limite dhe procesi kërkon përcaktimin e një skeme kompensimi për operatorët të cilët duhet të zhvendosen nën brezin 694 MHz, duke rivlerësuar kostot që reflektojnë ndryshimet e bëra nga viti 2022 (kur është kryer vlerësimi i fundit) në përputhje me realitetin ekonomik dhe teknik të vitit 2025, me transparencë dhe objektivitet. Për këtë mund të kërkojë edhe angazhimi i ekspertizës ndërkombëtare (ITU ose BE).

Rrjedhimisht, me miratimin e projektligjit të kompensimit, për t'i hapur rrugë procesit të Migrimit të Frekuencave dhe lirimit të brezit 700 MHz, do të mundësohet zbatimi i plotë i Planit Kombëtar të Frekuencave dhe do të sigurohet respektimi i angazhimeve ndërkombëtare të Shqipërisë.

Perspektiva pas WRC-23: drejt lirimit të frekuencave edhe më poshtë

Konferenca më e fundit botërore e radiokomunikacioneve (WRC-23) theksoi edhe një herë rëndësinë e efikasitetit të përdorimit të spektrit. Një nga diskutimet më të rëndësishme ishte mbi brezin 470–694 MHz, i cili sot përdoret pothuajse ekskluzivisht për transmetime tokësore audiovizive. Rezolutat e miratuara në këtë konferencë parashikojnë që, në të ardhmen, edhe ky brez të mund të rishikohet për t'u përdorur nga shërbimet e lëvizshme digjitale, duke ulur gradualisht hapësirën e dedikuar për transmetimet tradicionale audiovizive.

Ky është një sinjal i qartë për vendet si Shqipëria se lirimi i brezit 700 MHz nuk është një proces që mund të shtyhet pa fund. Përkundrazi, ky është një hap i domosdoshëm dhe i menjëhershëm, në mënyrë që vendi të jetë në sinkron me zhvillimet ndërkombëtare dhe të mos mbetet prapa në procesin e transformimit digjital.



Plani i ri i frekuencave dhe koordinimi ndërkombëtar

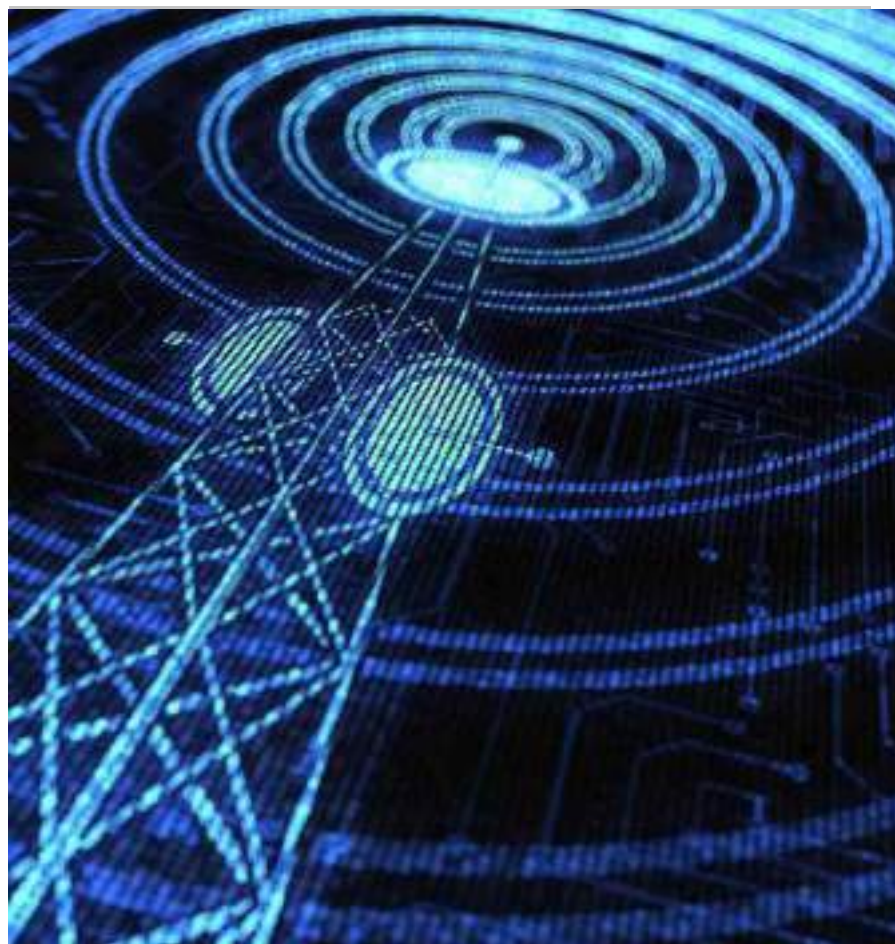
Autoriteti i Mediave Audiovizive ka për qëllim të sigurojë një zbatim të rregullt të këtij tranzicioni ndaj edhe ka miratuar një plan të ri kombëtar të shpërndarjes së frekuencave, ku janë parashikuar zhvendosjet e multiplekseve kombëtare dhe rajonale nën brezin 694 MHz. Ky plan është i domosdoshëm për të siguruar që operatorët audiovizivë të vazhdojnë transmetimin pa ndërprerje, por zbatimi i tij kërkon investime, koordinim të ngushtë teknik dhe mbështetje financiare për OSHMA-t.

Gjithashtu AMA ka përfunduar procesin e koordinimit teknik me vendet fqinje, duke finalizuar marrëveshjet për ndarjen e kanaleve.

Aktualisht, autoriteti nuk disponon burime të mjaftueshme spektri për t'i ricaktuar transmetuesit e prekur në frekuenca alternative, gjë që e bën lirimin e brezit 700 MHz zgjidhjen e vetme të qëndrueshme dhe afatgjatë për eliminimin e këtyre interferencave dhe përputhjen me kërkesat e koordinimit ndërkombëtar.

Sfidat për AMA-n

Zbatimi i këtij tranzicioni, e vendos AMA-n dhe institucionet e tjera shtetërore të lidhura me këtë çështje, përballë një procesi të ndërlikuar që kërkon një balancë mes interesave të operatorëve audiovizivë, zhvillimit të tregut të telekomunikacioneve dhe detyrimeve ndërkombëtare të Shqipërisë. Një ndër sfidat më të vështira për AMA-n është pikërisht menaxhimi i periudhës tranzitore. Kjo periudhë, që mund të zgjasë disa muaj apo edhe më shumë, përfshin bashkëjetesën e transmetimeve tokësore audiovizive ekzistuese me sinjalet 5G të aktivizuara nga vendet fqinje, ndërkohë që brenda vendit spektri nuk mund të lirohet për



shkak të licencave aktive, gjë që krijon një mjedis teknologjik të tensionuar, ku interferencat ndodhin realisht dhe ndikojnë në cilësinë e shërbimit për qytetarët.

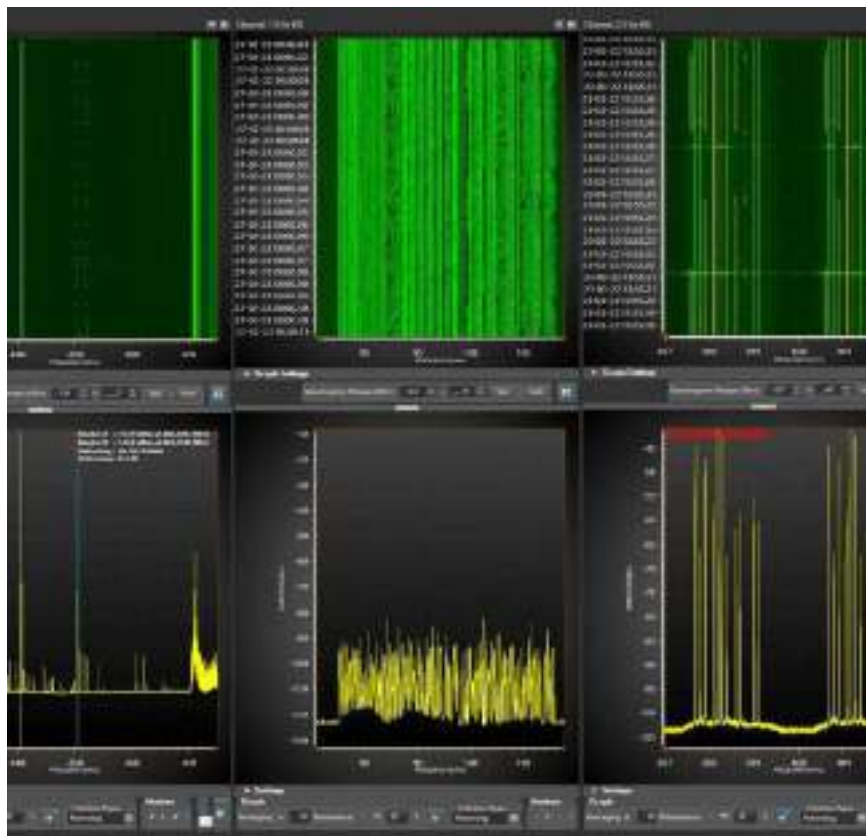
Kjo periudhë kalimtare kërkon mbikëqyrje aktive dhe të dhëna të sakta në kohë reale për të kuptuar ndikimin e interferencave tek operatorët ekzistues dhe për të marrë masa, sidomos në zonat kufitare ku ndikimi është më i lartë.

Sistemi Kombëtar për Monitorimin e Transmetimeve Audiovizive

Organizmat ndërkombëtare kanë theksuar rëndësinë e ngritjes së një sistemi kombëtar monitorimi, si pjesë integrale e menaxhimit të Dividendit të Dytë Digjital. ITU-ja ka ofruar rekomandime dhe asistencë teknike për vendet në zhvillim, në krijimin e kapaciteteve të tilla të monitorimit, duke i konsideruar këto sisteme si “komponentë kritikë” për sigurimin e një tranzicioni të suksesshëm drejt përdorimit efikas të spektrit.

Nevoja për krijimin e një Sistemi Kombëtar për Monitorimin e Transmetimeve Audiovizive buron jo vetëm nga sfidat e brendshme teknike që po përjeton Shqipëria për shkak të lirimit të brezit 700 MHz, por edhe nga rekomandimet ndërkombëtare për modernizimin e mbikëqyrjes teknike të tregut audioviziv.

Në udhëzimet dhe rekomandimet teknike, për vendet që përballen me tranzicione digjitale dhe riorganizim spektri, ITU-ja ka nënvizuar se sistemet kombëtare të monitorimit të transmetimeve janë themelore për garantimin e integritetit teknik dhe institucional të procesit.



Më specifikisht, në rastet kur operatorët ekzistues kanë licenca aktive dhe interferencat me rrjetet 5G të vendeve fqinje janë të pranishme, një sistem monitorimi i dedikuar është i nevojshëm.

Një sistem i tillë duhet të përfshijë një rrjet pikash fikse matjeje në të gjithë territorin, një qendër për mbledhjen dhe analizimin e të dhënave, integrim me databazat ekzistuese të licencimit dhe sinjalizim të menjëhershëm të anomalive. Këto elemente do t'i jepnin AMA-s jo vetëm kontroll teknik, por edhe kapacitet raportimi ndërkombëtar ITU/CEPT/BE.

Sistemi i Monitorimit për Shqipërinë do të përmbushte disa funksione kritike:

- Monitorimin 24/7 të sinjaleve DVB-T2 në të gjithë territorin;
- Identifikimin dhe analizimin e interferencave në frekuencat e Dividendit të Dytë Digjital
- Verifikimin teknik të respektimit të planit frekuencor nga operatorët e licencuar;
- Integrim me planin kombëtar të frekuencave dhe me sistemet e koordinimit ndërkombëtar;
- Mbështetjen e AMA-s me raporte objektive për vendimmarrje dhe përfaqësim ndërkombëtar.

Ndërtimi i një sistemi kombëtar nuk është një veprim i izoluar teknik, por një veprim strategjik që tregon gatishmërinë institucionale për të menaxhuar tranzicionin me transparencë dhe profesionalizëm dhe si i tillë është element kyç për Shqipërinë, që synon të ndërmarrë një tranzicion drejt përdorimit të brezit 700 MHz për rrjetet 5G.

Për Shqipërinë, implementimi i këtij sistemi përbën hallkën që mungon për të lidhur detyrimet teknike me kapacitetin institucional, për të garantuar integrimin e sigurt në hapësirën europiane të transmetimeve audiovizive dhe rrjeteve të gjeneratës tjetër.

Brezi 700 MHz është një aset strategjik për zhvillimin e rrjeteve të reja 5G dhe për integrimin e Shqipërisë në tregun e përbashkët digjital europian, por suksesi i këtij procesi varet nga aftësia për të menaxhuar në mënyrë profesionale dhe transparente sfidat që lidhen me migrimin e shërbimeve audiovizive, kompensimin e operatorëve dhe shmangien e interferencave. Rrjedhimisht, sistemi kombëtar i monitorimit është zgjidhja që garanton besueshmërinë e tranzicionit dhe vendos bazat për integrimin digjital të qëndrueshëm të vendit.



64

TV Tokësorë DVB-T2



53

Audio FM



19

IPTV/OTT



66

CaTV - Kabllorë



2

Satelitorë



AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE

WWW.AMA.GOV.AL

INFO@AMA.GOV.AL

RRUGA PAPA GJON PALI II 15, TIRANA

RAPORTO →

**PËRMBAJTJET
E DËMSHME NË X**



AUTORITETI I MEDIAVE AUDIOVIZIVE

