

Në pajtim me nenin 18, paragrafi (1), nënparagrafi 8 dhe nenin 20, paragrafi (1), nënparagrafi 11¹ të Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (“Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 dhe 27/19 dhe “Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 42/20, 77/21, dhe 151/23), dhe në lidhje me nenin 55 nga Ligji i njëjtë, në pajtim me nenin 15, paragrafi (1), nënparagrafi 7 dhe nenin 39, paragrafi (1), nënparagrafi 11 të Rregullores së Punës së Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (Teksti i konsoliduar) nr. 01-3732/1 datë 29.7.2019 dhe Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë nr.ark. 02-2697/2 datë 13.6.2024, Këshilli i Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele, në seancën e 26-të mbajtur më 12.6.2024, miratoi:

**UDHËZIMIN
PËR NDRYSHIMIN DHE PLOTËSIMIN E
UDHËZIMIT PËR ZBATIMIN E DISPOZITAVE PËR PLASIM TË RODUKTEVE**

Neni 1

Në Udhëzimin për zbatimin e dispozitave për plasim të produkteve (“Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr. 201/14) - në tekstin e mëtejme: Udhëzues, parathënia ndryshohet dhe thotë:

“Në pajtim me nenin 18, paragrafi (1), nënparagrafi 8 dhe nenin 20, paragrafi (1), nënparagrafi 11 të Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (“Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr.184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 dhe 27/19 dhe “Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë së Veriut” nr. 42/20, 77/21 dhe 154/23), dhe në lidhje me nenin 55 nga Ligji i njëjtë, në pajtim me nenin 15, paragrafi 1, nënparagrafi 7 dhe nenin 39, paragrafi 1, nënparagrafi 11 të Rregullores së Punës së Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (Tekst i konsoliduar) nr. 01-3732/1 datë 29.7.2019 dhe Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele nr. ark. 02-2697/2 datë 13.6.2024, Këshilli i Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele, në seancën e 26-të mbajtur më 12.6.2024, miratoi:

Neni 2

Në udhëzim në kapitullin “I. Dispozitat e përgjithshme”, në nënkapitull “Qëllimet”, pika 2 ndryshohet si vijon:

“2. Qëllimi i këtij Udhëzimi është të ofrojë udhëzime më të detajuara për zbatimin e dispozitave për plasimin e produkteve për ofruesit e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuele (transmetuesit dhe shërbimet sipas kërkesës), si dhe për ofruesit e shërbimeve të platformës për shpërndarjen e videove, dhe në veçanti:

- për të sqaruar termat, gjuhën dhe kategoritë e përdorura në Ligj;
- për të sqaruar metodën e identifikimit të plasimit të produkteve në programet ose videot të krijuara nga shfrytëzuesit;

¹Paragrafët 8 dhe 9 janë fshirë, shih: nenin 8 të Ligjit për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele (“Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr. 248/18).

- të bëjë transparente mënyrën se si Agjencia vlerëson respektimin e dispozitave për plasimin e produkteve në lloje të ndryshme të programeve ose videove të krijuara nga shfrytëzuesit;
- për të inkurajuar ofruesit e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, si dhe ofruesit e shërbimeve të platformës për ndarjen e videove, që të zbatojnë dispozitat për plasimin e produkteve në mënyrën më të mirë të mundshme, duke kursyer njëkohësisht interesat e audiencës."

Neni 3

Në Udhëzimin në kapitullin "I. Dispozitat e përgjithshme", në nënkapitull "Termi", pikat 3, 4, 5, 6 dhe 7 ndryshohen si vijon:

"3. **Lajmet** janë njësi programore që përmbledhin zhvillimet më të rëndësishme globale, rajonale dhe/ose vendase, ngjarje aktuale sociale, të ndjekura kryesisht nëpërmjet zhanreve gazetareske të lajmeve dhe raporteve. Lajmet gjithashtu përfshijnë dhe lajmet në TV dhe radio.

4. **Programet kushtuar çështjeve dhe temave aktuale** janë lloje programesh me funksion informues që u referohen ngjarjeve globale, rajonale dhe/ose vendase me interes dhe rëndësi politike, ekonomike ose sociale, të çështjeve dhe temave aktuale ose të riaktualizuara.

Nga programet me funksion informativ, të cekura në Udhëzimin për mënyrën e klasifikimit të llojeve të programeve audiovizuale dhe audio ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr.171/14), plasimi i produkteve është i ndaluar në këto lloje të programeve: program aktual-informativ, program aktual-informativ me qasje dokumentare, program aktual-informativ talk show (humoristik), transmetime ose regjistrime nga seanca të organeve të pushtetit, transmetime ose regjistrime të ngjarjeve socio-politike.

5. **Programe kushtuar çështjeve në lidhje me konsumatorët** janë programe që ofrojnë këshilla për konsumatorët dhe/ose përfshijnë vlerësime në lidhje me blerjen e produkteve dhe shërbimeve.

6. **Programet fetare** janë njësi programore me qëllim kryesor - sipas përmbajtjes dhe sipas qasjes - të paraqesin aspekte të botëkuptimit fetar, qoftë nëpërmjet një predikimi individual, qoftë nëpërmjet transmetimeve dhe regjistrimeve të drejtpërdrejta të shërbesave dhe/ose predikimeve fetare, si dhe programe me funksion informativ dhe edukativ me tematikë fetare.

7. **Programe për fëmijë** janë llojet e programeve me funksion informues, edukues dhe argëtues, në veprimin e të cilave marrin pjesë fëmijët dhe/ose veprimi është i destinuar për fëmijët deri në moshën 12 vjeçare."

Neni 4

Në Udhëzimin, në kapitullin "I. Dispozitat e përgjithshme", në nënkapitullin "Përgjegjësia redaktuese dhe integriteti i programeve", kryhen ndryshimet dhe plotësimet në vijim dhe atë:

- titulli i nënkapitullit ndryshohet si vijon "Përgjegjësia editoriale dhe integriteti i programeve/videove",
- pika 8 ndryshohet si vijon:

"8. Plasimi i produkteve nuk duhet të ndikojë mbi përgjegjësinë dhe pavarësinë editoriale dhe mbi integritetin e programeve dhe të videove të krijuara nga ofruesit e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale. Kërkesat e reklamuesve, produktet e të cilëve plasohen

në programet ose në videot nuk duhet të ndikojnë në skenarin, përmbajtjen, strukturën, produksionin ose në kohën e shfaqjes së programit ose videove."

- në pikën 9, fjalët "redaktori përgjegjës në ofruesin e shërbimit mediatik audiovizual" zëvendësohen me fjalët "personi fizik ose tregtar i vetëm ofrues i shërbimit mediatik audio ose audiovizual ose personi përgjegjës i programit në personin juridik".
- pas pikës 9 shtohet një nënkapitull i ri me titull: "Përgjegjësia e ofruesve të platformave për ndarje të videove", në të cilin kalojnë pikat ekzistuese 10 dhe 11, të cilat ndryshohen si në vijim:

"10. Ofruesi i shërbimit të platformës për ndarje të videove është i detyruar:

- kur ai vetë plasojnë, shet ose redakton komunikime komerciale audiovizuale të respekton rregullat e përgjithëshme për komunikimet komerciale audiovizuale nga neni 53 i Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale, të cilat zbatohen edhe për plasimin e produkteve si komunikime komerciale audiovizuale;
- në kushtet e tyre për shfrytëzimin e shërbimeve të përcakton se në komunikimet audiovizuale komerciale në programet e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuale ose në videot e krijuara nga shfrytëzuesit që transmetohen nëpërmjet platformës së saj duhet të respektohen rregullat e përgjithëshme për komunikimet komerciale audiovizuale nga neni 53 të Ligjit të Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuale, si dhe dispozitave nga ligjet e tjera dhe rregulloret që i referohen reklamimit;
- për t'u siguruar përdoruesve që ngarkojnë video me një aplikacion për të informuar audiencën e tyre se videoja përmban komunikime komerciale audiovizuale.

11. Ofruesi i shërbimit të platformës për ndarjen e videove është i detyruar shprehimisht të informojë shfrytëzuesit nëse programet e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuale dhe videot e krijuara nga shfrytëzuesit përmbajnë komunikime komerciale audiovizuale, me kusht që ofruesi të jetë në dijeni të ekzistencës së komunikimeve komerciale audiovizuale."

Neni 5

Në Udhëzimin, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin "Rregullat e përgjithëshme", pika 15 ndryshohet si vijon:

"15. Plasimi i produktit nuk duhet:

- të vënë në dyshim respektin për dinjitetin njerëzor;
- të kërcënojnë sigurinë kombëtare, të nxisë përmbysjen me dhunë të rendit kushtetues të Republikës së Maqedonisë së Veriut, të bëjë thirrje për agresion ushtarak ose konflikt të armatosur, ose të përhapë aktivitete të paligjshme, duke përfshirë nxitjen publike për të kryer akte terroriste, akte që lidhen me pornografinë e fëmijëve dhe akte që lidhen me racizëm dhe ksenofobinë;
- për të nxitur ose përhapur diskriminim, intolerancë, dhunë ose urrejtje mbi bazë të racës, ngjyrës, origjinës, origjinës kombëtare ose etnike, gjinisë, orientimit seksual, identitetit gjinor, përkatësisë në një grup të marginalizuar, gjuhës, shtetësisë, origjinës sociale, religjionit ose besimit fetar, besimi politik, besimi tjetër, paaftësia, moshë, statusi familjar ose martesor, gjendja pronësore, gjendja shëndetësore, cilësia personale dhe statusi social ose ndonjë bazë tjetër;

- të inkurajojë sjellje që është e dëmshme për shëndetin ose sigurinë;
- të inkurajojë sjellje që rrezikojnë ndjeshëm mjedisin jetësor”.

Neni 6

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin “Produkte dhe shërbime, plasimi i të cilave nuk lejohet”, pika 18 ndryshohet si vijon:

"18. Në programet dhe videot të krijuara nga shfrytëzuesit, nuk lejohen të plasohen produktet dhe shërbimet në vijim:

- cigare dhe produkte duhani;
- cigare elektronike dhe mjete për t'i plotësuar ato;
- produkte mjekësore dhe trajtime mjekësore që lëshohen vetëm me recetë të mjekut;
- drogë;
- alkool dhe pije alkoolike, përveç verës dhe birrës;
- armë, armë zjarri dhe mjete piroteknike;
- produktet dhe shërbimet e personave juridikë ose fizikë, veprimtaria kryesore e të cilëve është prodhimi ose shitja e produkteve dhe shërbimeve për të cilat është i ndaluar plasimi i produkteve."

Neni 7

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin “Ndalimi i nxitjes së drejtpërdrejtë ose theksimi i tepërt”, kryhen ndryshimet në vijim:

- pika 21 ndryshohet si vijon:

"21. Programet dhe videot e krijuara nga shfrytëzuesit që përmbajnë plasim të produkteve nuk duhet drejtpërdrejtë të inkurajojnë konsumatorët që të blejnë ose të marrin me qira produktet ose shërbimet nëpërmjet një rekomandimi ose promovimi specifik promovues. Produkteve ose shërbimeve që plasohen në programet dhe videot e krijuara nga shfrytëzuesit nuk duhet t'u jepet rëndësi e tepruar, përmes theksimit ose duke iu referuar atyre.

- në pikën 22, fjalët: "në program", zëvendësohen me fjalët: "në program/video",
- në pikën 23, fjalët: “Udhëheqësit e programeve”, zëvendësohen me fjalët:

"Udhëheqësit/prezantuesit e programeve/video",

- në pikën 24, në paragrafin 1, fjalët: “në program” zëvendësohen me fjalët: “në program/video”, dhe në nënparagrafin 3, fjalët: “programi konkret” zëvendësohen me fjalët: “program konkret/video”.

Neni 8

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produktit”, në nënkapitullin “Shënimi i plasimit të produktit”, kryhen ndryshimet dhe plotësimet në vijim:

- pika 25 ndryshohet si vijon:


"25. Për të shmangur konfuzionin midis shikuesve dhe dëgjuesve, programet dhe videot e krijuara nga përdoruesit që përmbajnë vendosjen e produktit duhet të shënohen qartë në fillim dhe në fund të kohëzgjatjes së tyre, si dhe pas çdo ndërprerjeje reklamuese."

- pika 26 ndryshohet si vijon:

"26. Programet audiovizuale dhe videot e krijuara nga shfrytëzuesit në cilën ka plasim të produkteve identifikohen duke shfaqur në logon dhe tekstin e ekranit, si më poshtë:

- logoja duhet të jetë e dukshme në çdo pjesë të ekranit në mënyrë që të jetë lehtësisht e dukshme për shikuesit, por nuk duhet të mbulojë pjesë thelbësore të veprimit;
- për shembull personazhet ose titrat, ose në ndonjë mënyrë tjetër të dëmtojë integritetin e programit ose videos së krijuar nga shfrytëzuesi dhe nuk duhet të mbulojë logon e ofruesit të shërbimit mediatik audiovizual, shenjën e kategorisë së programit, reklamat në ekran të ndarë dhe shenjat e tjera që shikuesit duhet t'i japin informacion në lidhje me natyrën dhe/ose karakteristikat e programit/videos;
- çdo paraqitje e logos duhet të shoqërohet me tekst dhe të zgjasë së paku 10 sekonda.

Pamja e logos dhe teksti që duhet të shfaqet në ekran:

VERSIONI I SFONDIT TË ERRËT	Përmbajtja në të cilën plasohen produktet!
	
VERSIONI I SFONDIT TË NDRIÇUAR	Përmbajtja në të cilën plasohen produktet!
	

- pas pikës 26 shtohet pikë e re 26-a, si në vijim:

" 26-a. Radio programet në të cilat ka plasim të produkteve shënohen në mënyrën si vijon:

- në fillim dhe në fund të programit, si dhe gjatë çdo vazhdimi pas një pushimi për reklama, udhëheqësi/prezantuesi duhet me fjalë, qartë të deklarojë se bëhet fjalë për program në të cilin ka plasim të produkteve, duke shqiptuar tekstin e mëposhtëm: "Në këtë përmbajtje kemi plasim të produkteve.

Dispozitat e kësaj pike zbatohen edhe për versionet audio të videove të krijuara nga shfrytëzuesit, blogjet audio dhe përmbajtje të ngjashme audio." - pika 27 ndryshohet si vijon:

"27. Nëse ofruesit e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale dhe shfrytëzuesit që krijojnë video dëshirojnë të cekin të gjithë listën e produkteve, shërbimeve ose markave që plasohen në program/video, ata mund ta bëjnë këtë vetëm në fund, në shpicën dalëse dhe/ose në pjesë të veçantë të ueb-faqes që i referohet përmbajtjes konkrete. Në të njëjtën kohë, informacioni duhet të prezantohet në mënyrë neutrale dhe jo promovuese".

- pika 28 ndryshohet si vijon:

"28. Dispozitat për shënimin e plasimit të produkteve nuk zbatohen nëse programi audio ose audiovizual që përmban plasim të produkteve nuk është prodhuar ose porositur nga ofruesi i shërbimit mediatik ose nga një ndërmarrje e lidhur me ofruesin e shërbimit mediatik."

- pika 29 ndryshohet si vijon:

"29. Nëse ofruesi i shërbimit mediatik audio ose audiovizual transmeton program të huaj me një logo të ndërtuar paraprakisht/informacion zëri(me fjalë) për plasimin e produktit, nuk është e nevojshme ta mbulon atë."

Neni 9

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin "Programet në të cilat ndalohet plasimi i produkteve dhe plasimi i rekuizitave", kryhen ndryshime e mëposhtme:

- pika 30 ndryshohet si vijon:

"30. Plasimi i produkteve është i ndaluar në lajme, në programe kushtuar çështjeve dhe temave aktuale, në programe kushtuar çështjeve të konsumatorit, në programe fetare dhe në programe për fëmijë, të përcaktuara në pikat 3, 4, 5, 6 dhe 7 të Fjalorit të këtij Udhëzimi dhe - pika 31 ndryshon si vijon:

"31. Plasimi i rekuizitave, e cila nënkupton shfrytëzimin e produkteve dhe shërbimeve (siç janë rekuizitat e prodhimit ose shpërblimeve) në ndonjë program/video, në mënyrë që ato të përfshihen në veprim, pa paguar paraprakisht kompensim monetar ose lloj tjetër, është e ndaluar në të gjitha llojet e programeve/videove në të cilat ndalohet plasimi i produkteve".

Neni 10

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin "Plasimi i produkteve dhe sponsorizimi", kryhen ndryshimet në vijim:

- në pikën 32 fjala "program" zëvendësohet me fjalët "programi/video" dhe

- në pikën 33 fjala "programe" zëvendësohet me fjalët "Programe/videot".

Neni 11

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin "Plasimi i produkteve dhe reklamimi i fshehur", kryhen ndryshimet në vijim:

- titulli i nënkapitullit ndryshohet si vijon: "Plasimi i produktieve dhe komunikimet komerciale të fshehta audio ose audiovizuale", - pika 34 ndryshohet si vijon:

"34. Komunikimet e fshehta komerciale audio ose audiovizuale janë të ndaluara në të gjitha programet dhe videot e krijuara nga shfrytëzuesit, për ndryshim nga plasimi i produkteve e cila lejohet në shumicën e rasteve të llojeve të programeve/videove" dhe

- pika 35 ndryshohet si vijon:

"35. Nëse plasimi i produkteve nuk është i shënuar qartë, do të konsiderohet si një formë e komunikimit të fshehtë komercial audio ose audiovizual."

Neni 12

Në Udhëzim, në kapitullin "II. Rregullat për plasimin e produkteve", në nënkapitullin "Shpërblimet si kusht", në pikën 36 fjala: "programet" zëvendësohet me fjalët: "programet/videoet".

Neni 13

Ndaj Udhëzimit për zbatimin e dispozitave për plasimin e produkteve ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë". nr 201/14). Shtohet Shtojca nr.1 - Përkufizimet relevante (përkatëse) nga Ligji i Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele, si pjesë përbërëse e tij.

Neni 14

Në Udhëzim, në kapitullin "III. Dispozitat përfundimtare", pas pikës 37, shtohet pika e re 38, si vijon:

"38. Ky udhëzim për ndryshimin dhe plotësimin e Udhëzimit për zbatimin e dispozitave për plasim të produkteve ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 201/14), hyn në fuqi ditën e nesërme nga dita e publikimit në "Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë së Veriut" dhe e njëjta do të publikohet në ueb faqen e Agjencisë së Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele".

Neni 15

Në pjesën e mbetur, Udhëzimi për zbatimin e dispozitave për plasimin e produkteve ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 201/14), nuk ndryshon.

Nr. 01-2751/1
13.06.2024
Shkup

**Agjencia e Shërbimeve Mediatike
Audio dhe Audiovizuele
Kryetari,
Llazo PETRUSHEVSKI, d.v.**

Përkufizimet përkatëse nga Ligji i Shërbimeve Mediatike Audio dhe Audiovizuele

Shërbimi mediatik audio ose audiovizual është:

a) shërbim nën përgjegjësinë editoriale të një ofruesi të shërbimit mediatik, nga ku qëllimi kryesor i shërbimit ose pjesës së tij të veçantë i kushtohet ofrimit të programeve të destinuara për publikun e gjerë, me qëllim informimin, argëtimin ose edukimin nëpërmjet rrjeteve të komunikimit elektronik në kuptimin e përcaktimeve të ligjit që rregullon komunikimet elektronike, sipas të cilit një shërbim i tillë mund të jetë shërbim mediatik linear audio ose audiovizual (program televiziv ose në radio), shërbim mediatik audiovizual sipas kërkesës, ose b) komunikim komercial audio ose audiovizual.

- ✓ **Programi audiovizual** është një grup imazhesh lëvizëse, me ose pa zë, pavarësisht nga kohëzgjatja, që përfaqëson një element të veçantë në kuadër të rendit kronologjik të programeve (skema e programit) ose nga katalogu me programe të përcaktuara nga ofruesi i shërbimit mediatik, të cilat përfaqësojnë qëllime të dizajnuara me funksion argëtues, arsimor ose informativ, siç janë filmat artistikë, video spotet, ngjarje sportive, situata komike, emisione dokumentare, programe për fëmijë, dramë televizive dhe të tjera.
- ✓ **Audio ose program në radio** është përmbajtje muzikore dhe/ose me fjalë që përfaqëson një element të veçantë në kuadër të rendit kronologjik të programeve (skema e programit). Programet audio janë njësi të dizajnuara të llojit argëtues, edukativ ose informativ.
- ✓ **Shërbimi mediatik audiovizual sipas kërkesës** është shërbim mediatik jo-linear që sigurohet nga ofruesi i shërbimit mediatik audiovizual sipas kërkesës dhe që ofron shikimin e programeve në kohë të zgjedhur nga shfrytëzuesi dhe me kërkesën e tij personale në bazë të një katalogu programesh të përcaktuar nga ofruesi shërbimit mediatik audiovizual sipas kërkesës.
- ✓ **Komunikimet komerciale audiovizuale** janë figura, me ose pa zë, që janë krijuar për:
 - promovimin e drejtpërdrejtë ose të tërthortë të mallrave, shërbimeve ose imazhit të personave fizikë ose juridikë që kryejnë veprimtari ekonomike ose
 - popullarizimi i ndonjë ideje ose veprimtarie ose për të arritur një efekt tjetër.Komunikimet komerciale audiovizuale shoqërojnë ose janë të përfshira në program për kompensim monetar ose për kompensim tjetër ose për qëllime vetëpromovuese të porositesit. Format e komunikimit komercial audiovizual, ndër të tjera, përfshijnë reklamimin televiziv, teleshoping, sponsorizimin dhe plasimin e produkteve.
- ✓ **Komunikimi audio-komercial** është përmbajtje që krijohet për:
 - promovimin e drejtpërdrejtë ose të tërthortë të mallrave, shërbimeve ose të imazhit të personave fizikë ose juridikë që kryejnë veprimtari ekonomike ose
 - popullarizimi i ndonjë ideje ose veprimtarie ose për të arritur një efekt tjetër.

Komunikimet audio komerciale shoqërojnë ose përfshihen në program për kompensim monetar ose për kompensim tjetër ose për qëllime vetëpromovuese të porositesit. Format e komunikimeve komerciale, ndër të tjera janë dhe reklamat në radio, sponsorizimet dhe plasim i produkteve.

- ✓ **Ofruesi i shërbimit mediatik audio ose audiovizual** është një person fizik ose juridik që kryen veprimtari në sigurimin e shërbimit mediatik audio ose audiovizual dhe ka përgjegjësi redaktuese për përzgjedhjen e përmbajtjeve audio ose audiovizuale dhe përcakton mënyrën se si ato janë organizuar. Ofruesi i shërbimit mediatik audio ose audiovizual, në kuptim të këtij ligji, është transmetues ose ofrues i shërbimit mediatik audiovizual sipas kërkesës. Person që kryen vetëm transmetim, pra shpërndarjen e programeve audio dhe/ose audiovizuale për të cilat përgjegjësi editoriale kanë palët e treta, ku nuk llogaritet si ofrues i shërbimit mediatik audio ose audiovizual.
- ✓ **Komunikimet e fshehta komerciale audio ose audiovizuale** janë përfaqësimi me fjalë, tinguj ose fotografi të mallrave, shërbimeve, emrit, shenjës mbrojtëse ose aktiviteteve të prodhuesit të mallrave ose të ofruesit të shërbimit në programe, kur përfaqësimi i tillë, nga ofruesi i shërbimit mediatik audio ose audiovizual ka për qëllim të shërbejë si reklamë dhe mund të çojë publikun në çorientim për sa i përket natyrës së saj. Një përfaqësim i tillë llogaritet se është bërë me qëllim, veçanërisht nëse bëhet për kompensim monetar ose të ngjashëm.
- ✓ **Plasim i produktit** është çdo formë e komunikimit komercial audio ose audiovizual që konsiston në përfshirjen ose referimin e produktit, shërbim ose shenjës mbrojtëse në ndonjë program ose video të krijuar nga shfrytëzuesi, në mënyrë që ato të përfshihen në veprimin e tij, për kompensim monetar ose kompensim tjetër.
- ✓ **Sponsorizimi** është çdo kontribut nga një person juridik ose një person fizik që nuk është i përfshirë në ofrimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale, ose shërbimeve të platformës për ndarje të videos ose në produksion të veprave audio ose audiovizuale, me qëllim financimin e shërbimeve mediatike audio ose audiovizuale. Shërbimeve të platformës për të ndarë video, video të krijuara nga shfrytëzuesit ose programe, me qëllim promovimin e emrit të saj, shenjës mbrojtëse, imazhit, aktiviteteve ose produkteve.
- ✓ **Përgjegjësia editoriale** në shërbimin mediatik audio ose audiovizual nënkupton kontroll vendimtar mbi përzgjedhjen e programeve dhe mbi organizimin e tyre në rendin kronologjik të programeve (skema e programeve), në rastin e transmetimeve televizive ose në radio (shërbime lineare), ose në katalogun e programeve, në rastin e shërbimeve mediatike audiovizuale sipas kërkesës (shërbime jolineare).
- ✓ **Vendim redaktues** është çdo vendim i marrë me bazë të rregullt, me qëllim për të realizuar përgjegjësisë editoriale, në lidhje me funksionimin e përditshëm të shërbimit mediatik audio ose audiovizual.

- ✓ **Shërbimi i platformës për ndarje të videove** është shërbim i shoqërisë së informacionit, i cili është i destinuar për publikun e gjerë dhe ofrohet nëpërmjet rrjeti të komunikimit elektronik, ku qëllimi kryesor dhe/ose funksionimi bazë në tërësi dhe/ose në pjesë të tij të veçanta është që t'i sigurojë publikut qasshmëri në programet dhe/ose në videot e krijuara nga shfrytëzuesit që kanë funksion informues, edukativ ose argëtues, për të cilat ofruesi i shërbimit nuk ka përgjegjësi redaktuese për përmbajtjet, por ai vetë e përcakton mënyrën se si shërbimi është organizuar, duke përfshirë këtu dhe mjete automatike ose algoritme, në veçanti nëpërmjet shfaqjes, etiketimit ose renditjes së përmbajtjeve.

- ✓ **Video e krijuar nga shfrytëzuesi** është grup imazhesh lëvizëse, me ose pa zë, pavarësisht nga kohëzgjatja, që paraqet një element të veçantë, i krijuar nga shfrytëzuesi dhe i vendosur në platformë për ndarjen e videos nga ai ose nga shfrytëzues tjetër.

- ✓ **Ofruesi i shërbimit të platformës për ndarje të videove** është person fizik ose juridik që ofron shërbim të platformës për ndarje të videove.