



REPUBLIKA E MAQEDONISË SË VERIUT
AGJENCIA PËR SHËRBIME MEDIATIKE AUDIO DHE AUDIOVIZUELE

PA1 Nr.01-3068/1

21.07.2025

Shkup

Në bazë të nenit 18 paragrafi (1) nënparagrafi 8, neni 20 paragrafi (1) nënparagrafi 11¹të Ligjit për Shërbime 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, 154/23, 55/24 dhe 193/24), dhe në lidhje me nenin 56 paragrafi (7) nga Ligji i njëjtë, në pajtim me nenin 15 paragrafi (1) nënparagrafi 7 dhe neni 39 paragrafi (1) nënparagrafi 11 të Rregullores së Punës së Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele (Tekst i pastruar) ark.nr.01-3732/1 datë 29.07.2019 dhe në pajtim me Konkluzionin e Këshillit të Agjencisë, ark.nr.02-3005/6 datë 21.07.2025, Këshilli i Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele, në seancën e 5-të mbajtur më 21.07.2025, miratoi:

RREGULLORE

për personat fizikë që ofrojnë shërbime mediatike audiovizuele me kërkesë
(influencerë/vlogerë/kreatorë)

Neni 1

Lënda e Rregullores

Me këtë Rregullore rregullohet forma dhe përmbajtja e aplikacionit për evidentimin në regjistrin e ofruesve të shërbimeve audiovizuele me kërkesë ("Aplikacion"); dhe mënyrën se si do të vendoset se cili person fizik do të konsiderohet si ofrues i shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë sipas kuptimit të Ligjit për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuele.

Neni 2

Përkufizime

(1) Disa terma të përdorur në këtë Rregullore kanë kuptimin e mëposhtëm:

¹Nënparagrafët 8 dhe 9 janë fshirë , shih: nenin 8 të Ligjit për ndryshim dhe plotësimin të Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuele ("Gazeta Zyrtare e Republikës së Maqedonisë" nr. 248/18).

1. Ofrues i shërbimit mediatik audio ose audiovizual me kërkesë është person fizik ose juridik që kryen veprimtari të sigurimit të shërbimit mediatik audio ose audiovizual me kërkesë dhe ka përgjegjësi editoriale për përzgjedhjen e përmbajtjes audio ose audiovizuale dhe përcakton mënyrën se si janë të organizuar në katalog. Person që kryen vetëm transmetim, përkatësisht shpërndarje të programeve audio dhe/ose audiovizuale për të cilat përgjegjësia editoriale kanë palët e treta, nuk konsiderohet si ofrues i shërbimit mediatik audio ose audiovizual;

2. Shërbim mediatik audio ose audiovizual është: 1. shërbim nën përgjegjësinë editoriale të ofruesi të shërbimit mediatik, ku qëllimi kryesor i shërbimit ose një pjesë të veçantë i dedikohet sigurimit të programeve të destinuara për publikun e gjerë, me qëllim të informojë, argëtojë ose edukojë nëpërmjet rrjeteve të komunikimeve elektronike në kuptimin e përkufizimeve të Ligjit me të cilat rregullohen komunikimet elektronike, nga ku shërbim i tillë mund të jetë shërbim mediatik linear audio ose audiovizual (program në radio ose televiziv), shërbim mediatik audiovizual me kërkesë; ose 2. komunikim komercial audio ose audiovizual.

Për shërbime mediatike audio ose audiovizuale nuk konsiderohen: a) shërbime që janë kryesisht jo-komerciale dhe që nuk konkurrojnë me transmetim në radio ose televiziv, siç janë ueb-faqet private; b) shërbim transmetimi, përkatësisht shpërndarja e programeve për të cilat përgjegjësi editoriale kanë persona të tretë; c) çdo formë komunikimi privat, siç është posta elektronike dërguar një numri të kufizuar marrësish dhe d) shërbime qëllimi kryesor i të cilave nuk është sigurimi i programeve, d.m.th.ku çdo përmbajtje audiovizuale është thjesht e rastësishme për shërbimin dhe nuk është qëllim kryesor, siç janë: faqet e internetit që përmbajnë elementë audiovizuale vetëm në mënyrë ndihmëse, siç janë elementët grafikë të animuar, reklamat e shkurtra të spoteve ose informacion në lidhje me ndonjë produkt ose shërbim që nuk është audiovizual; lojërat e fatit që përfshijnë bast (kapar) monetar, duke përfshirë lotaritë, bastet dhe format e tjera të shërbimeve për komar; lojërat online; kërkues; versionet elektronike të gazetave dhe revistave; dhe shërbimet e pavarura të bazuara në tekst.

3. Shërbim mediatik audiovizual me kërkesë është shërbim mediatik jolinear që sigurohet nga ofrues i shërbimit mediatik audiovizual me kërkesë dhe i cili siguron shikimin e programeve në kohën e përzgjedhur nga shfrytëzuesi dhe me kërkesën e tij personale në bazë të katalogut të programeve të përcaktuar nga ofruesi i shërbimit mediatik audiovizual me kërkesë.

4. Përgjegjësia editoriale nënkupton kontrollin vendimtar mbi përzgjedhjen e programeve dhe mbi organizimin e tyre në katalogun e programeve.

5. Vendim editorial është çdo vendim i marrë në bazë të rregullt, me qëllim të realizimit të përgjegjësisë editoriale, në lidhje me funksionimin e përditshëm të shërbimit mediatik audio ose audiovizual.

6. Katalogu është rregullim i përmbajtjeve mediatike audiovizuale në bazë të dhënash sipas mënyrës që e bën atë të qasshme për shfrytëzuesit.

7. Shërbim platforme për ndarjen e videove është një shërbim i shoqërisë së informacionit i destinuar për publikun e gjerë dhe sigurohet nëpërmjet rrjetit të komunikimit elektronik, qëllimi kryesor dhe/ose funksionimi thelbësor i të cilit, në tërësi ose pjesërisht, është t'i sigurojë publikut qasje në programe dhe/ose video të krijuara nga shfrytëzuesit që kanë funksion informues, edukativ ose argëtues, për të cilën ofruesi i shërbimit nuk ka përgjegjësi editoriale për përmbajtjet, por përcakton vetëm mënyrën se si shërbimi është organizuar, duke përfshirë dhe mjete të automatizuara ose algoritme, në veçanti duke shfaqur, shënuar ose renditjen e përmbajtjes.

I. FORMA DHE PËRMBAJTJA E APLIKACIONIT PËR EVIDENTIM NË REGJISTRIN E OFRUESVE TË SHËRBIMEVE MEDIATIKE AUDIOVIZUELE ME KËRKESË

Neni 3

Detyrimi për evidentim

(1) Ofruesi i shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë është i detyruar, para se të fillojë me sigurimin e lloj të caktuar të shërbimit mediatik audiovizual me kërkesë, të dorëzojë aplikacion për evidentim në regjistrin e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë që mbahet në Agjenci, për të cilën Agjencia i jep çertifikatë për regjistrim.

Neni 4

Forma dhe përmbajtja e Aplikacionit

(1) Aplikacioni për evidentim në regjistrin e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuale duhet t'i dorëzohet Agjencisë në Formularin bashkëngjitur kësaj rregulloreje si Shtojca I.

(2) Aplikacioni duhet të përmbajë të dhëna mbi:

- emrin dhe mbiemrin e personit që është ofrues i shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë;

- mënyra se si sigurohet shërbimi;
- zona në të cilën kryhet veprimtaria;
- lloji i shërbimit dhe përshkrim i shkurtër i tij, dhe
- data e fillimit të sigurimit të shërbimit.

- (3) Me Aplikacionin detyrimisht duhet të dorëzohet përshkrim teknik me karakteristika të hollësishme teknike për mënyrën se si do të sigurohet shërbimi.
- (4) Agjencia do t'i shfrytëzon të dhënat e dorëzuara vetëm për qëllimin për të cilin i mbledh, në pajtim me "Ligjin për Mbrojtjen e të Dhënave Personale".

II. PËRCAKTIM I NJË PERSONI FIZIK SI OFRUES I SHËRBIMEVE MEDIATIKE AUDIOVIZUALE ME KËRKESË

Neni 5 Kriteret

Që një person fizik të konsiderohet për ofrues i shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë (influencues/vlogger/kreator) në kuptim të Ligjit për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale, duhet të përmbushen të gjitha kriteret e listuara më poshtë:

1. Shërbimi mediatik ofrohet nëpërmjet rrjetit të komunikimit elektronik (internetit) dhe platformës për ndarje videosh, siç janë, por pa u kufizuar në, YouTube, Instagram, TikTok ose platforma të ngjashme të ndarjes së videove.
 2. Shërbim mediatik është shërbim ekonomik, përkatësisht shërbim që përfaqëson çdo formë të aktivitetit ekonomik që në treg konkurren me shërbime të tjera.
 3. Qëllimi kryesor i shërbimit mediatik ose i një pjese specifike të tij është sigurimi i programe për të informuar, argëtuar ose për të edukuar.
 4. Shërbimi mediatik është nën përgjegjësinë editoriale të ofruesit.
 5. Shërbimi mediatik është dedikuar për sigurimin e programeve të destinuara për publikun e gjerë. Në kuptimin e kësaj Rregulloreje, konsiderohet se shërbim është destinuar për publikun e gjerë nëse ka së paku 10,000 ndjekës ose abonentë.
 6. Shërbimi mediatik siguron shikimin e programeve në momentin e përzgjedhur nga shfrytëzuesi dhe me kërkesën e tij/saj personale në bazë të katalogu programesh të përcaktuar nga ofruesi i shërbimit mediatik, dhe në 12 muajt e fundit janë publikuar së paku 24 përmbajtje audiovizuale.
- (1) Gjatë përcaktimit nëse person i caktuar fizik do të konsiderohet për ofrues i shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë (influencues/vlogger/kreator), Agjencia për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale do të marrë parasysh përjashtimet e listuara në nenin 3, paragrafi (1), pika 1 të Ligjit për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale në lidhje me atë që nuk konsiderohet për shërbim mediatik audio ose audiovizual.
- (2) Kriteret e listuara në këtë nen të Rregullores, janë përpunuar detajisht në Udhëzimet e bashkangjitura të Rregullores (Shtojcë nr. 2) dhe janë pjesë përbërëse e saj.

III. DISPOZITAT PËRFUNDIMTARE

Neni 6

Ofrues i shërbimit mediatik audiovizual me kërkesë (influencues/vlogger/kreator) i cili, para hyrjes në fuqi të Rregullores, ka siguruar tashmë një lloj të caktuar shërbimi mediatik audiovizual me kërkesë dhe plotëson kriteret e përcaktuara në nenin 5 të të njëjtit, është i detyruar më së voni deri më 31.12.2025, të dorëzon aplikacion për evidentim në regjistrin e ofruesve të shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë që mbahet nga Agjencia, për të cilën Agjencia do t'i japë çertifikatë për regjistrim.

Neni 7

Kjo Rregullore hyn në fuqi në ditën e tetë nga dita e publikimit në "Gazetën Zyrtare të Republikës së Maqedonisë së Veriut" dhe e njëjta do të publikohet në ueb faqen e Agjencisë për Shërbime Mediatike Audio dhe Audiovizuale.

**Agjencia për Shërbime
Mediatike Audio dhe Audiovizuale
Kryetar i Këshillit,**

Mr. Sasho Stefanovski

SHTOJCË I

**AGJENCIA PËR SHËRBIME
MEDIATIKE AUDIO DHE
AUDIOVIZUELE**

**Pallati Panko Brashnarov,
rr "Makedonija" nr. 38, 1000 Shkup,
Republika e Maqedonisë së Veriut
Tel: +389 23 103 400
Faks: +389 23 103 401
e-mail: [kontakto @avmu.mk](mailto:kontakto@avmu.mk)**

(Vula pranuese e ASHMA-së)

**APLIKACION
për evidentim në regjistrin
e personave fizik ofrues të shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë
(influencerë/vloger/kreatorë)**

1 TË DHËNA PËR PERSONIN FIZIK

Emri dhe mbiemri	
Adresa	
NVAQ	
Adresa elektronike	
Telefoni për kontakt	

2. INFORMACION PËR SHËRBIMIN

Emri i shërbimit (emri i profilit, kanali)	
URL adresa	
Zona e sigurimit të shërbimit	
Platforma përmes së cilës sigurohet shërbimi (listoni të gjitha platformat në të cilat keni më shumë se 10,000 ndjekës/abonentë/shfrytëzues)	
Lloji i shërbimit dhe përshkrim i shkurtër Zhanri – (format i përgjithshëm ose i specializuar – për gatim, udhëtim, sport, etj.) Publiku i synuar (kategoria e moshës - deri në 25 vjeç, nga 25 deri në 44 vjeç dhe mbi 44 vjeç)	
Mënyra dhe përshkrimi teknik i mënyrës se si ofrohet shërbimi Internet – (qasje e hapur ose me abonim)	
Data e fillimit të sigurimit të shërbimit	
Numri i ndjekësve/abonentëve/shfrytëzuesve një ditë para dorëzimit të aplikacionit	

3. SHTOJCË NDAJ APLIKIMIT:

- 3.1. Deklaratë e noterizuar me anë të së cilës parashtruesi konfirmon se të dhënat në aplikacion janë të sakta.

DEKLARATË

Unë _____, nga _____, me numër
letërnjoftimi _____, dhe numër amzë _____, e dhënë nga
MPB _____, me adresë banimi _____, në rrugën
numër _____, deklaroj se të dhënat dhe informacionet e tjera të përfshira në
këtë aplikacion janë të vërteta, të sakta dhe të plota, që nga data e plotësimit
të tij.

Në _____

Data _____

(nënshkrimi)

UDHËZIME

në lidhje me kriteret që personat fizikë duhet të plotësojnë për t'u konsideruar se janë ofrues të shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë (influencerë/vlogerë/kreatorë) në kuptim të Ligjit për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale

Me Udhëzimet në vijim plotësuese përpunohen kriteret e përcaktuara në Kapitullin II të Rregullores për personat fizikë që ofrojnë shërbime mediatike audiovizuale me kërkesë (influencerë/vlogerë/kreatorë).

Përmbushja e kriterëve të përcaktuara do të thotë që shërbimi paraqet "shërbim mediatik audiovizual me kërkesë" dhe, si rrjedhojë, i nënshtrohet detyrimeve përkatëse ligjore të Ligjit për Shërbimet Mediatike Audio dhe Audiovizuale (në tekstin e mëtejme "LSHMAAV").

Gjatë përcaktimit të kriterëve, u morën parasysh jo vetëm përkufizimet dhe dispozitat ligjore të LSHMAAV, por edhe korniza ligjore relevante e Unionit Evropian, përkatësisht dispozitat e Direktivës 2010/13/UE të Parlamentit Evropian dhe të Këshillit të datës 10 mars 2010 mbi koordinimin e disa dispozitave të përcaktuara me ligj, rregulloreve të tjera ose veprime administrative në shtetet-anëtare në lidhje me dhënien e shërbimeve mediatike audiovizuale (Direktiva e Shërbimeve Mediatike Audiovizuale) (në tekstin e mëtejme "Direktiva"), e ndryshuar me Direktivën (UE) 2018/1808 e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit të datës 14 nëntor 2018.

Në recitalin e parë të Direktivës theksohet se "zhvillimi teknologjik ka mundësuar shfaqjen e llojeve të reja të shërbimeve dhe përvojave për shfrytëzim. Zakonet e shikimit, veçanërisht ato të brezave të rinj, ndjeshëm kanë ndryshuar. ... Llojet e reja të përmbajtjeve, siç janë video klipet ose përmbajtja e gjeneruar nga shfrytëzuesit, janë bërë gjithnjë e më të rëndësishme, ndërsa subjektet e reja, duke përfshirë dhe ofruesit e shërbimeve video me kërkesë dhe platformat e ndarjes së videove, tashmë janë të renditura mirë. Kjo konvergjencë e mediave kërkon kornizë ligjor të përditësuar në mënyrë që të pasqyrojë zhvillimet e ngjarjeve në treg dhe të arrijë një ekuilibër midis qasjes në shërbimet e përmbajtjes online, mbrojtjes së konsumatorit dhe konkurrencës."

Në pajtim me Direktivën, shërbim mediatik audiovizual do të thotë "shërbim, siç është përcaktuar në nenet 56 dhe 57 të Marrëveshjes për funksionimin e Unionit Evropian, ku qëllimi kryesor i shërbimit ose qëllimi i një pjese të veçantë të tij i kushtohet sigurimit të programeve për publikun e gjerë, nën përgjegjësinë editoriale të ofruesit të shërbimit mediatik, me qëllim informimin e tyre, argëtim ose edukim, nëpërmjet rrejetëve të komunikimeve elektronike, sipas kuptimit të pikës (a) të nenit 2 të

Direktivës 2002/21/EZ; një shërbim i tillë mediatik audiovizual është ose një shërbim transmetimi televiziv siç përcaktohet në pikën (b) të këtij paragrafi, ose shërbim mediatik audiovizual me kërkesë siç përcaktohet në pikën (e) të këtij paragrafi".

Kriteret e përcaktuara në nenin.5 të Rregullores zbatohet vetëm në mënyrë kumulative. Që do të thotë, vetëm ato shërbime mediatike audiovizuale me kërkesë të siguruara nga person fizik që plotësojnë të gjitha kriteret e nenit. 5 të Rregullores përftojnë detyrimet ligjore dhe financiare për shërbimin mediatik audiovizual me kërkesë sipas LSHMAAV. Ofruesit e tillë paraqesin një kërkesë për regjistrim në Regjistrin e Mediave Audiovizuale me kërkesë të mbajtur nga Agjencia në pajtim me nenin. 56 të LSHMAAV dhe paguajnë kompensim vjetor për mbikëqyrje në pajtim me nenin. 59 të LSHMAAV.

Gjithashtu duhet të theksohet se me kalimin e kohës, shërbimet mediatike mund të pësojnë ndryshime të rëndësishme, për shembull në aspektin e pozicionimit, shtrirjes ose ndikimit. Prandaj, shërbimet mediatike mund herë pas here të rishikohen edhe mundet që pas një vendimi të kundërt nga Agjencia, të hyjnë në fushëveprim të ndryshimit të LSHMAAV për shkak të rrethanave të ndryshuara (p.sh. për shkak të rritjes së konsiderueshme të numrit të ndjekësve ose abonentëve).

KRITERI 1: Shërbimi mediatik ofrohet në një platformë për ndarje video, siç janë, por pa u kufizuar në, YouTube, Instagram, TikTok ose platforma të ngjashme për ndarje video.
--

Termi "platformë për ndarjen e videove" interpretohet në pajtim me LSHMAAV. Për të qenë më qartë, neni. 5 faqja. 1 nr. 1 i Rregullores si shembuj emërtion tre platforma për ndarjen e videove që kanë rëndësi të veçantë praktike. Këto tre platforma janë YouTube, Instagram dhe TikTok. Nga një perspektivë aktuale, shërbimet mediatike të ofruara për këto tre platforma mund të konsiderohen si lojtarët më të mëdhenj dhe më të rëndësishëm të shoqërisë në treg. Rrjedhimisht, Agjencia për momentin po përqendrohet te ofruesit e shërbimeve të YouTube, Instagram dhe TikTok. Kështu, çdo shërbim mediatik që ofrohet në njërin nga këto tre platforma dhe përmbush të gjitha kriteret e tjera të përcaktuara në nenin. 5 të Rregullores, konsiderohet si shërbim mediatik audiovizual me kërkesë në kuptimin e LSHMAAV dhe i nënshtrohet mbikëqyrjes nga Agjencia.

Megjithatë, duhet theksuar se një shërbim mediatik që i jepet ndonjë platforme tjetër për ndarjen e videove përveç YouTube, Instagram ose TikTok mund të jetë ende subjekt i rregullimit nga Agjencia.

KRITERI 2: Shërbim mediatik është shërbim ekonomik, përkatësisht shërbim që përfaqëson çdo formë të aktivitetit ekonomik që në treg konkurron me shërbime të tjera.

Ky kriter rrjedh nga neni. 1 (a) të Direktivës, ku sipas përkufizimit termi "shërbim mediatik audiovizual" i referohet një shërbimi siç është përcaktuar në nenin 56 dhe nenin 57 të Marrëveshjes për funksionimin e Unionit Evropian (në tekstin e mëtejshëm: "MFUE"). Konkretisht, neni 57 të MFUE përcakton se përfshihen vetëm shërbimet që normalisht jepen për kompensim. Për këtë arsye, në nenin 5 të Rregullores thuhet se shërbimi mediatik në fjalë sipas rregullit duhet të jepet për kompensim, pavarësisht nëse për shërbimin paguajnë shikuesit apo palët e treta.

Termi "shërbim ekonomik" në përgjithësi duhet të interpretohet në kuptim të gjerë. Konkretisht, nuk ekziston ndonjë prag financiar siç është qarkullim (xhiroja) minimale financiare ose të ardhurat e përgjithshme. Për të përcaktuar nëse shërbim mediatik duhet të konsiderohet si shërbim ekonomik sipas kuptimit të lartpërmendur më sipër, duhet të merren në konsideratë në veçanti aspektet e mëposhtme:

Së pari, është e parëndësishme nëse kompensimi jipet nga njerëzit që shikojnë përmbajtjet që ofron shërbimi mediatik ose i njëjti vjen nga palë të treta. Kjo do të thotë që p.sh. Ofruesit e shërbimeve që gjenerojnë të ardhura duke futur reklama ose sponsorizime, plasim produktesh ose komunikime të tjera komerciale në ose rreth përmbajtjes së tyre mediatike ofrojnë shërbim ekonomik të njëjtën si dhe ofruesit e shërbimeve, përmbajtja mediatike e të cilëve është e disponueshme me pagesë.

Kompensimi përkatës shpesh do të përbëhet nga një pagesë në para të gatshme. Pagesa të tilla mund të lindin nga monetizimi i përmbajtjes së dhënë përmes p.sh. reklamimi, plasim të produkteve, marrëveshjet e sponsorizimit, marketing partneriteti ose të ardhurat nga platforma, të tilla si komisionet që ofruesi mund të marrë si kompensim për shfrytëzimin të funksioneve reklamuese të ofruara nga platforma. Megjithatë, termi "kompensim" përfshin edhe forma të tjera të përfitimeve materiale që përfaqësojnë vlerë në tregti. Kjo përfshin përfitimet e marra në natyrë, p.sh. prodhime falas ose shërbime të marra në këmbim të përmendjes në ndonjë video.

KRITERI 3: Qëllimi kryesor i shërbimit mediatik ose i ndonjë pjese të tij është ofrimi i programeve me qëllim për të informuar, argëtuar ose edukuar.

Ky kriter do të thotë që ofrimi i përmbajtjes mediatike audiovizuale duhet të jetë qëllimi kryesor ose të paktën të ketë një funksion të pavarur dhe kuptim. Në përgjithësi, qëllimi kryesor i shërbimit mediatik përkatës duhet të vlerësohet nga rasti në rast. Më konkretisht, për vlerësimin e nevojshëm do të merren në konsideratë aspektet e mëposhtme:

Së pari, është e nevojshme që shërbimi mediatik në fjalë të përdoret për sigurimin e qasjes në përmbajtjen mediatike audiovizuale. Kjo do të thotë që shërbimet mediatike që përmbajnë ekskluzivisht përmbajtje që nuk janë audiovizuale, siç janë fotografitë, përmbajtje të ekskluzivisht tekstuale ose audio, nuk e plotësojnë kriterin e qëllimit thelbësor.

Përveç kësaj, përmbajtjet mediatike audiovizuale e ofruesi të shërbimit mediatik audiovizual me kërkesë duhet t'i shërbejë qëllimit kryesor të informimit, argëtimit ose edukimit. Kjo nuk vlen për shërbimet mediatike që transmetojnë ekskluzivisht reklama ose përmbajtje të tjera për të promovuar produktet ose shërbimet e tyre. Edhe nëse përmbajtje e tillë mund të informojë, argëtojë ose edukojë, përmbajtja në këto raste ofrohet kryesisht për qëllime komerciale. Situata është e ndryshme në rastet kur ofruesit e shërbimeve jo vetëm që përfshijnë reklama ose video të tjera që lidhen me aktivitetet e tyre, por vënë në dispozicion edhe përmbajtje të tjera mediatike. Megjithatë, është e rëndësishme të theksohet se komunikimet komerciale audiovizuale - të tilla si reklama, sponsorizimi ose plasim i produkteve, ende kualifikohen si shërbime mediatike audiovizuale. Kjo do të thotë që ofruesit e shërbimeve që janë p.sh. të sponsorizuara në krijimin e videove ose që përfshijnë reklama në videot e tyre, ofrojnë shërbim mediatik audiovizual përkatës edhe nëse aspekti komercial mund të jetë elementi dominues.

KRITERI 4: Shërbimi mediatik është nën përgjegjësinë editoriale të ofruesit

Përgjegjësia editoriale do të thotë kontroll vendimtar mbi programet e përzgjedhura dhe mbi organizimin e tyre në katalogun e programeve.

Ofruesi i shërbimit mediatik duhet të ushtrojë kontroll efektiv mbi përzgjedhjen e përmbajtjes dhe organizimin e përmbajtjes mediatike audiovizuele.

Është e rëndësishme të theksohet se duhet bërë dallim midis përgjegjësisë editoriale dhe në veçanti, përgjegjësisë ligjore. Nëse palë e tretë, siç është ofruesi i shërbimit platformë për ndarje video, i jepet mundësia të refuzojë ose heqë ndonjë përmbajtje mediatike të krijuar nga të tjerët sepse ajo shkel, për shembull, ligjin penal ose ligjin e të drejtës autoriale dhe të drejta të përafërta, kjo nuk do të thotë që pala e tretë, në këtë mënyrë do të ketë përgjegjësi editoriale. Përgjegjësia editoriale duhet konkretisht të marrë në konsideratë përzgjedhjen e përmbajtjes mediatike audiovizuele dhe organizimin e tyre në katalog nëpërmjet të cilit bëhen të disponueshme për publikun.

Me kriterin për përgjegjësi editoriale përjashton ata ofrues të shërbimit që vetëm transmetojnë programe për të cilat përgjegjësi editoriale kanë palët e treta. Në këtë kontekst, duhet theksuar se ofruesit e platformave për ndarje të videove zakonisht nuk mbajnë përgjegjësi editoriale për përmbajtjen mediatike audiovizuele në platformat e tyre, dhe për rrjedhojë as për videot e gjeneruara nga shfrytëzuesit e platformave të tyre. Si pasojë, ofruesit e platformave të ndarjes së videove zakonisht nuk janë ofrues të shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë sipas kuptimit të nenit. 5 të Rregullores. Megjithatë, situata mund të ndryshojë nëse, për shembull, ofruesi i platformës për ndarjen e videove lidh marrëveshje me ofruesit e përmbajtjes për shpërndarjen e përmbajtjes së caktuar. Në këtë rast, ofruesi i platformës së ndarjes së videove mund të luajë rol editorial dhe mund të kualifikohet si ofrues i shërbimit mediatik audiovizual.

Përndryshe, platformat kanë detyrimet e tyre ligjore në lidhje me masat që duhet të ndërmarrin për të mbrojtur të miturit dhe publikun në përgjithësi nga përmbajtja e dëmshme, të cilat duhet të jenë pjesë përbërëse e kushteve të tyre për shfrytëzim të shërbimit (terms of service). Ofruesit e shërbimeve mediatike audiovizuele me kërkesë duhet të njihen me masa të tilla dhe në mënyrë të përshtatshme t'i zbatojnë në punën e tyre.

KRITERI 5: Shërbimi mediatik është përkushtuar për të siguruar programe të destinuara për publikun e gjerë.
--

Ky kriter do të thotë që shërbimi është i destinuar për t'u pranuar nga publiku i gjerë dhe se mund të ketë ndikim të qartë mbi një pjesë të konsiderueshme të publikut të gjerë.

Në këtë kuptim, duhet theksuar se platformat për ndarje video zakonisht janë falas të disponueshme për publikun. Kjo do të thotë që shërbimet mediatike audiovizuele me kërkesë që jipen në një platformë të tillë zakonisht synojnë publikun e gjerë dhe kështu përmbushin dispozitën e mësipërme. Megjithatë, mund të ketë rrethana në të cilën një shërbim mediatik është i disponueshëm vetëm për një grup të kufizuar njerëzish (p.sh. për shkak të procedurave për privatësi të llogarisë përkatëse/profilin të platformës për ndarjen e videove). Në raste të tilla, shërbimi mediatik mund të mos jetë i destinuar për t'u marrë nga publiku i gjerë. Megjithatë, në kuadër të vlerësimit të nevojshëm duhet të merret parasysh numri i ndjekësve ose abonuesve të shërbimit mediatik. Pavarësisht nga këto cilësime, të paktën shërbimet mediatike që kanë më shumë ndjekës ose abonentë se pragu i përcaktuar më poshtë konsiderohen se janë të destinuara për t'u marrë nga publiku i gjerë.

Për të vlerësuar nëse një shërbim mediatik ka ndikim të qartë në pjesë të konsiderueshme të publikut të gjerë, numri i ndjekësve ose abonentëve të shërbimi mediatik konsiderohet treguesi më i rëndësishëm. Në përgjithësi, numri i ndjekësve ose i abonentëve mund të ofrojë një tregues të besueshëm të shtrirjes dhe ndikimit të mundshëm të një shërbimi mediatik dhe zakonisht ofrohet nga vetë platforma. Kjo e bën atë transparente dhe lehtësisht të verifikueshme si për Agjencinë ashtu edhe për ofruesit e shërbimeve, një cilësi që kriteret e tjera të mundshme nuk e kanë (p.sh., numri mesatar i shikimeve (të vetme) ose angazhimi i shfrytëzuesve) për shkak të mungesës së të dhënave të besueshme, të qarta dhe lehtësisht të arritshme. Prandaj, në pajtim me nenin 5 të Rregullores, konsiderohet që shërbimi mediatik është destinuar për dhënien e programeve për publikun e gjerë nëse e njëjta ka së paku 10,000 ndjekës ose abonentë. Kjo do të thotë që të paktën shërbimet mediatike që tejkalojnë këtë prag të ndjekësve ose abonentëve i nënshtrohen detyrimeve ligjore të LSHMAAV dhe bien nën mbikëqyrjen e Agjencisë.

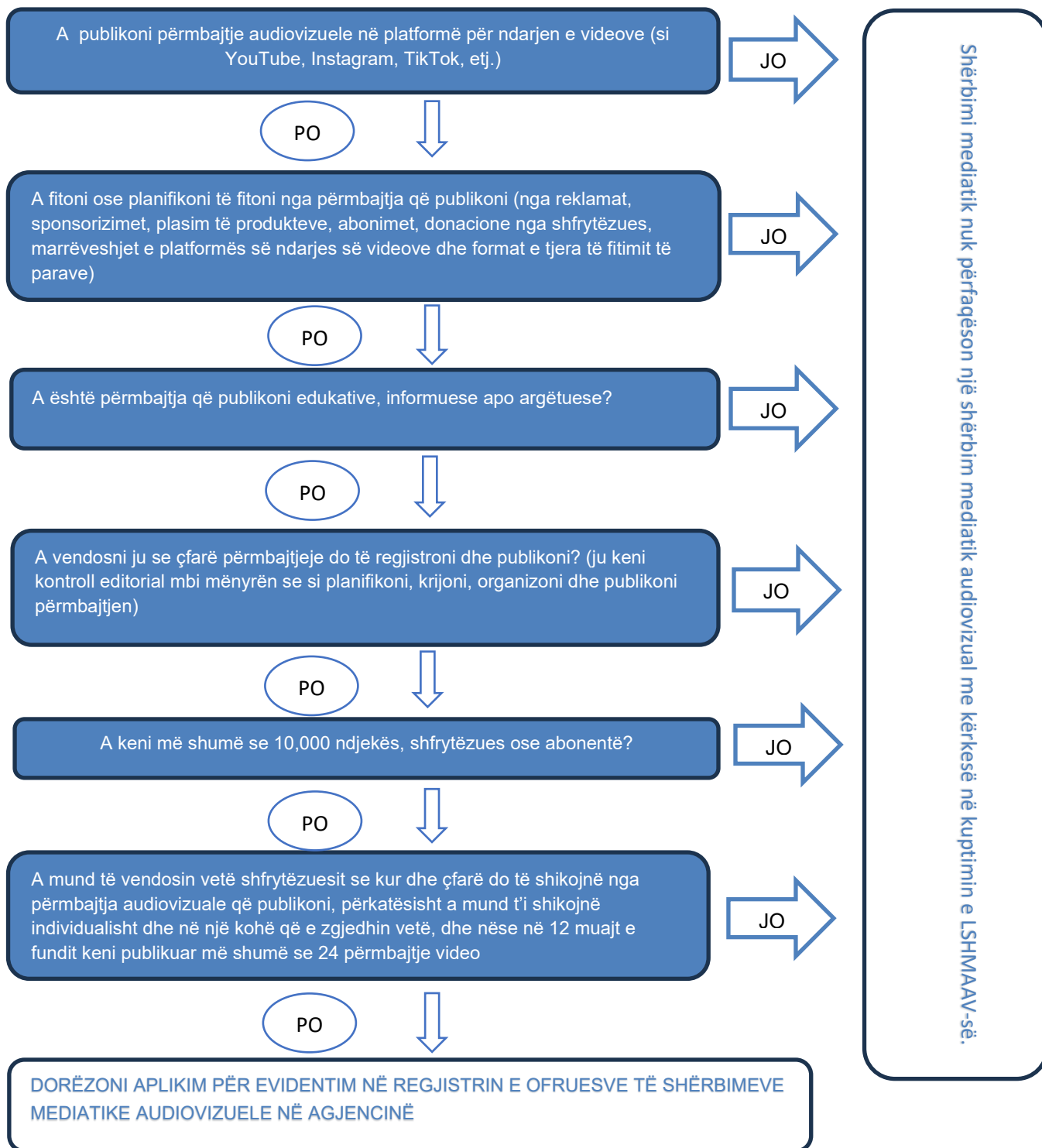
Për momentin, pragu i lartpërmendur i ndjekësve ose abonentëve konsiderohet i mjaftueshëm për të përcaktuar nëse një shërbim mediatik ka për qëllim të ofrojë programe për publikun e gjerë. Megjithatë, Agjencia vazhdimisht do ta vlerësojë këtë prag.

KRITERI 6: Shërbimi mediatik ofron shikimin e programeve në momentin e përzgjedhur nga shfrytlizuesi dhe me kërkesën e tij/saj personale, në bazë të katalogu programesh të përcaktuar nga ofruesi i shërbimit mediatik.
--

Ajo që është thelbësore për këtë kriter janë mjetet përmes të cilit ofrohet shërbimi, jo metodat e pagesës ose të përzgjedhjes së shërbimit. Ky kriter buron nga përkufizimi i shërbimeve

mediatike audiovizuele me kërkesë i përcaktuar në nenin 1 të Direktivës dhe nënkupton përmbushjen e dy nënkritereve, përkatësisht shërbimi mund të përdoret: 1. në kohë të përzgjedhur nga shfrytëzuesi, dhe 2. nga katalog programesh të përzgjedhura nga ofruesi i shërbimeve mediatike audio dhe audiovizuele. Këto dy karakteristika (kush vendos për kohën në të cilën programi do të shikohet dhe nëse shfrytëzuesit e përzgjedhin programin nga një katalog programesh i përgatitur më parë) në fakt përfaqësojnë ndryshimin themelor (më të dukshëm) midis shërbimeve mediatike audiovizuale me kërkesë dhe transmetimit televiziv linear. Ky kriter i referohet gjithashtu frekuencës së sigurimit të përmbajtjes mediatike, konkretisht në 12 muajt e fundit të jenë publikuar më shumë se 24 përmbajtje audiovizuele

A duhet të paraqisni një raport në Agjenci:



Nëse ende nuk jeni të sigurt nëse shërbimi juaj i plotëson kriteret e kësaj Rregulloreje, mund të konsultoheni me ASHMA-në në contact@avmu.mk