

Dr.Alban Tartari*

Përmbajtjet ndërkombëtare (filma, seriale dhe telenovela) në median vendore shqiptare pas dixhitalizimit

Abstrakt

Kanalet televizive vendore në Shqipëri u kanë dhënë një kohë speciale transmetimi produksioneve ndërkombëtare, veçanërisht serialeve, telenovelave dhe muzikës. Arsyeja se përse ka një prezencë të këtyre produksioneve është fakti që TV vendore shqiptare financiarisht nuk mundën të prodhojnë emisionet e tyre vendore. Serialet dhe telenovelat, përgjithësisht nga Amerika Latine (Brazil, Venezuela, Meksika), ShBA, Italia dhe Turqia transmetohen tashmë në këto kanale televizive. Por, pas hyrjes së tyre në rrjetin e dixhitalizuar, transmetimi i këtyre përmbajtjeve do të jetë i vështirë për tre arsye kryesore:

1. E drejta e transmetimit të serialeve është në dorë të kanaleve kombëtare shqiptare (kryesisht me qendër në Tiranë, apo edhe në Prishtinë dhe Shkup).
2. Ligji kundër piraterisë i promovuar me kujdes nga AMA
3. Çmimi shumë i lartë i këtyre programeve nëse blihen direkt nga kompanitë ndërkombëtare të shpërndarjes.

Për këtë arsye, ne mendojmë që kanalet televizive vendore në Shqipëri do të përballen me vështirësi dhe probleme me përmbajtjet e tyre ndërkombëtare në përgjithësi dhe me serialet në veçanti. Shumë nga këto kanale mund edhe të ndërpresin transmetimet sepse serialet mbeten materialet kryesore të transmetimit, krahas edicioneve vendore të lajmeve të përgatitura prej tyre

Fjalët kyçe: TV vendore shqiptare, përmbajtjet, serialet ndërkombëtare, telenovela

*Dr.Alban Tartari, Universiteti i Tiranës, Departamenti i Gazetarisë dhe Komunikimit, Email: albantartari@gmail.com

Programacioni i TV vendore

Televizionet vendore në Shqipëri përballen me mungesën e programacionit në transmetimet e tyre. Kjo mungesë vjen më së shumti nga financat e dobëta që nuk mund të përballojnë produksione të mëdha. Programet e televizioneve vendore përgjithësisht përbëhen nga edicionet e lajmeve dhe programet e bisedave në studio, si dhe dokumentarëve të përgatitur nga gazetarët në atë zonë. Këto janë tre kategoritë e prodhimeve të brendshme të televizioneve vendore. Pjesa tjetër e programacionit përbëhet nga transmetimi i video-këngëve, shqiptare dhe të huaja, filmave të vjetër shqiptarë, filmave të huaj dhe serialeve të huaj, veçanërisht amerikano-latinë.

Duke dashur të konkurrojnë me televizionet kombëtare, TV vendore përpiqen të bëjnë transmetime 24 orëshe po me logjikën e kanaleve të mëdha kombëtare. Pra, të bëjnë transmetime nga ora 7:00 në mëngjes deri në orën 22-23:00 në mbrëmje dhe të ritransmetojë pas mesnatës. Kjo i detyron ato të paraqesin lloje të ndryshme programesh, shpesh pa një logjikë të mirëfilltë të fashave televizive apo edhe të bëjnë pirateri të programeve që nuk kanë mundësi financiare t'i blejnë. Televizionet vendore janë në një situatë konkurrence të dyfishtë, me kanalet e tjerë televizivë në zonën përkatëse dhe me kanalet kombëtare. Në shumicën e rasteve, programacionet e këtyre kanaleve janë një kopje e logjikës së programacionit të kanaleve kombëtare si dhe përpjekje për ta patur të njëjtët lloje të programave. Në këtë pikë, transmetimi i filmave (veçanërisht amerikanë dhe italianë) dhe i serialeve amerikano-latine zë një vend të veçantë në programacion.

Metodologjia

Ky studim bazohet në të dy përjasjet studimore, sasiore dhe cilësore. Në përjasjen sasiore, janë monitoruar dhe ndjekur mediat lokale pas udhëtimeve të përcaktuara në disa qytete të Shqipërisë. Në Shkodër dhe Vlorë gjithashtu është bashkëpunuar me studentë në këtyre universiteteve. Janë kryer intervista me qytetarë si dhe drejtues të agjencive televizive që punojnë me shpërndarjen e përmbajtjeve televizive. Po ashtu është hulumtuar edhe literatura ndërkombëtare

lidhur me këtë fushë. Sipas përfaqjes cilësore, kanë analizuar sondazhet e kryera nga Universiteti Beder me mbështetjen e AMA-s.

Pyetja qendrore kërkimore është : Si do të mbijetojnë në tregun mediatik televizionet lokale pas procesit të dixhitalizimit, duke patur parasysh vështirësitë financiare në përgatitjen e programeve dhe fenomenin e piraterisë.

Hipoteza qendrore është se mediat vendore do të përballen me një proces të vështirë të dixhitalizimit. Një pjesë e tyre do të ketë vështirësi lidhur me ndërtimin e një programacioni të suksesshëm ndërsa fenomeni i piraterisë do të marrë fund si pasojë e mundësisë tashmë të AMA-s për të monitoruar të gjitha transmetimet.

Këndvështrimi studimor

Dihet tashmë roli i pazëvendësueshëm i mediave vendore për të vëzhguar dhe kontrolluar si një instrument demokratik pushtetet vendore, ose qeveritë qendrore siç quhen nga Bashkimi Evropian. Duke qenë më së shumti të dhëna pas lajmit, pjesa e produksioneve argëtuese dhe spektakleve mbetet në plan të dytë. Meryl Aldridge në librin e saj “Të kuptojmë Median Vendore” thekson se —media vendore është e nevojshme për demokracinë, e dëshiruar nga audiencia”¹. Aldridge flet për komunitete që nuk kanë lidhje me politikën (në Britaninë e Madhe) por ata dëshirojnë që shqetësimet dhe problemet e tyre të trajtohen nga publiku i gjerë. Pra, kanalet vendore shihen si mundësi informimi dhe argëtimi, të cilat janë më afër realitetit të shikuesve. Kjo eviton në një farë mënyre ndjekjen e programeve të cilat prodhohen në vende të tjerë dhe nuk kanë asnjë lidhje kulturore, sociale, politike dhe ekonomike me shikuesit.

Joseph Staubhaar në librin e tij “Televizioni botëror” analizon ndër të tjera edhe faktin që shumë produksione ndërkombëtare kanë zbritur deri në nivelet vendore në vende të ndryshme të botës. Kjo për shkak të kërkesës së këtyre televizioneve për të sjellë realitete të reja. Megjithatë, Straubhaar, thekson se nëse do tu lihej në dorë shikuesit do të zgjidhnin programet vendore. —Shumica e të dhënave tregojnë se

¹Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding Local Media*. Berkshire: Open University Press. F.161

shikuesit preferojnë programet të prodhuara lokalisht përballë atyre të importit të huaj [...]”²Por Straubhaar ofron edhe shembuj sesi telenovela të huaja si për shembull produksioni brazilian Terra Nostra pati sukses në Itali³. Pra, ndonëse shikuesit kërkojnë produksione vendore, në mungesë të tyre këta shikues ndjekin edhe produksione të huaja që ofrohen nga kanalet televizive.

Studiuesit kanë qëndruar gjatë mbi piraterinë e programeve televizive, veçanërisht të filmave (movies) dhe serialeve. Laikwan Pang ka analizuar daljen e këtij fenomeni që në vitet 1980 me daljen e VHS-ve (video home system) të para e deri në periudhën aktuale me lulëzimin e këtij fenomeni në internet. Pang e konsideron piraterinë filmike si një kërcënim teknologjik për Hollivudin. —Globalizimi i sotëm është bërë i mundur më së shumti nga zhvillimet e shpejta të komunikimeve teknologjike në shekullin e fundit; aq sa është e vështirë të ruash përmbajtjet aktuale”⁴. Pra, teknologjia ka sjellë mundësi të pafundme për shtimin e fenomenit të piraterisë në televizione dhe media të tjera.

Në kuadër të këtij punimi janë monitoruar kanalet televizive vendore në Shkodër, Elbasan, Korçë dhe Vlorë. Shkodra dhe Vlora kanë numrin më të lartë të TV; nga katër kanale për secilin. Është monitoruar programi i këtyre kanaleve ndërkohë që janë pyetur edhe qytetarë të këtyre zonave lidhur me shpeshësinë e ndjekjes së kanaleve vendore.

Ajo që vihet re aktualisht është se numri i filmave të huaj të transmetuar është i lartë ndërkohë që numri i serialeve ka pësuar rënie. Në një kanal në Vlorë transmetohet një serial çdo të shtunë si dhe ritransmetohet të dielën. Ndërkohë që në zona të tjera ka transmetime serialesh por jo sipas një programacioni të rregullt. Filmat dhe serialet mund të jepen në fasha kohore të ndryshme të ditës, por më së shumti ato jepen në hapësirën —prime-time”, pra nga ora 19:30 deri në orën 24:00.

²Straubhaar, Joseph D. 2007. *World television : from global to local*. California: Sage Publications. F.166

³Po aty.

⁴Pang, Laikwan. 2006 . *Movie piracy as a technological threat to Hollywood*. Oxon: Routledge.F.97

Edmond Topi, drejtues i një agjencie mediatike në Tiranë, thekson se vite më parë kjo agjenci furnizonte me seriale kanale të ndryshme vendore.⁵ Agjencia i blinte ato në tregun ndërkombëtar, i përkthente (dhe i përgatiste me titra) dhe jua shiste kanaleve vendore. Në atë kohë, edhe disa kompani telekomunikacioni ishin të interesuara për të sponsorizuar këto transmetime duke synuar të shkonin specifikisht me fushata të ndryshme marketingu në rajone të ndryshme të vendit. Televizionet vendore i mirëprisnin këto produksione pasi ato ishin ekskluzivitet i tyre dhe nuk u shkaktonin atyre kosto. Reklamuesi hynte në hapsirën e tyre duke sjellë edhe përmbajtjen. Kjo ishte një marrëdhënie e mirërregulluar e cila respektonte edhe të drejtën e autorit. Por kjo nuk zgjati shumë. Me krizën ekonomike në vend si dhe me uljen drastike të buxheteve nga operatorët e telekomunikacionit, këto seriale nuk u shfaqën më në kanalet vendore.

Situata aktuale

Problemi i piraterisë vijon të mbetet një debat i gjallë në median shqiptare në tërësi, qoftë në nivel kombëtar ashtu edhe në atë vendor. AMA në raportin vjetor për vitin 2014 thekson një plan-veprimi kundër këtij fenomeni⁶. Arsyeja pse ky fenomen ende nuk është zbehur në median shqiptare është gjendja financiare e këtyre mediave. Televizionet dhe radiot shpesh nuk funksionojnë në bazë të logjikës ekonomike, pra si një biznes i mirëfilltë. Ato mbështeten nga biznese të tjerë të zotëruesve të tyre apo enden për një kohë të gjatë në amulli ekonomike pa shkuar në falimentim.

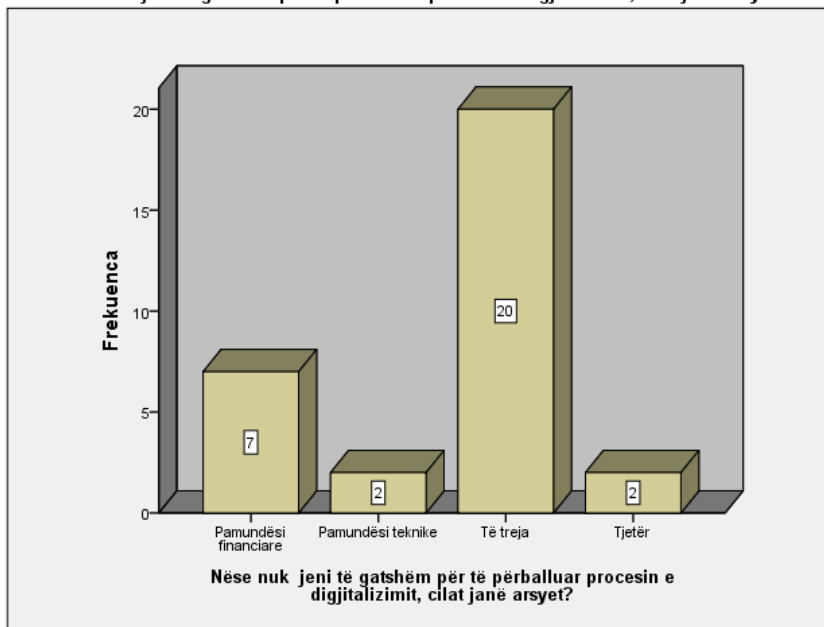
Duke folur lidhur me problemet që do të sjellë procesi i dixhitalizimit, gazetarët dhe punonjësit e televizioneve vendore vendosin si çështje kryesore mundësinë financiare. Në një anketë të zhvilluar nga Universiteti Bedër me mbështetjen e AMA-s me drejtues të mediave lokale në Shqipëri, evidentohet se 17.2 për qind e

⁵Topi, Edmond, intervista nga Alban Tartari. 2016. *Serialet në televizionet vendore* (6 Dhjetor, 2016)

⁶AMA. 2015. *Raporti Vjetor*. Tiranë: Autoriteti i Mediave Audiovizive. F.24

të anketuarve⁷ e shohin aspektin financiar si një pengesë për suksesin e tyre. Fakti që këto kanale shënjestrojnë komunitete të vogla të cilat në mbrëmje ndahen mes disa kanaleve vendore dhe kanaleve kombëtare, tregon për hapësirënekonomike në dispozicion.

Nëse nuk jeni të gatshëm për të përballuar procesin e digjitalizimit, cilat janë arsyt?



Në një anketë tjetër të Universitetit Bedër me mbështetjen e AMA-s, drejtuesit dhe pronarët e këtyre mediave theksojnë se 73 përqind e të ardhurave të tyre vijnë nga reklamat. Pra, në këtë mënyrë theksohet varësia e kanaleve nga ulje-ngritjet e buxheteve të biznesit, që shpesh në zona të ndryshme të vendit nuk e ka fuqinë që karakterizon kompanitë e mëdha në Tiranë.

Më figurën më poshtë mund të vihet re përqindja e lartë e deklaruar nga pronarët dhe drejtuesit e mediave vendore lidhur me produksionet e blera në tregun kombëtar apo atë ndërkombëtar.

⁷ Uni.Beder. 2016. Sfidat e transmetuesve lokalë dhe rajonalë përballë qasjes online të shërbimeve të tyre. Studim tregu i mbështetur nga "Autoriteti i Mediave Audiovizive", Tiranë: ShL "Hëna e Plotë" (Bedër). F. 42

Sa përqind e programacionit tuaj është prodhim i blerë?

	Frekuenca	Përqindja	Përqindja e vlefshme	Përqindja kumulative
	1-25%	17	41.5	65.4
Të vlefshme	26-50%	8	19.5	30.8
	51-75%	1	2.4	3.8
	Gjithsej	26	63.4	100.0
Mungojnë	Sistem	15	36.6	
Gjithsej		41	100.0	

Por situata është ndryshe. Nëse monitorohen me kujdes, do të vihet re se gjatë ditës transmetohen shumë programe të huazuara nga media të huaja, me ose pa logo. Ka raste ku figura është zmadhuar dhe janë prerë logot e transmetuesit origjinal. Po ashtu, kemi edhe transmetimin e programeve muzikore, ndërkohë që një pjesë apo të gjitha videot e këngëve janë të marra nga rrjeti YouTube në internet ose nga televizione të huaja dhe logoja e tyre është mbuluar me logon e televizionit vendor.

Sot vihet re një “smyllje” nga ana e kabllorëve që i kanë të përfshira këto kanale televizive. Nuk ka një monitorim dhe të gjithë përgjegjësia e mban vetëm transmetuesi. E njëjta gjë ndodh edhe në disa shërbime IPTV të monitoruara. Këto shërbime u përkasin kompanive të mëdha të telekomunikacionit në vend. Pra, përcjellësit nuk mbajnë asnjë përgjegjësi lidhur me përmbajtjen e programeve në rrjetet e tyre.

Pas dixhitalizimit situata pritët të ndryshojë. Proceset e monitorimit nga AMA apo edhe nga aktorë të tjerë të interesuar në këtë proces, pritët të jenë më ndikuese në programacionet e mediave në tërësi, veçanërisht në kanalet lokale. Duke u përfshirë në platformat dixhitale, këto përmbajtje do të mund të ndiqen edhe përmes internetit. Edhe në këtë pikë, monitorimi i tyre do të jetë më i lehtë.

Përfundime dhe sugjerime

Kanalet televizive në Shqipëri vuajnë mungesën e produksioneve vendore në formën e serialeve televizivë. Kjo është e dukshme edhe në kanalet kombëtare ku shumica e produksioneve vendore janë biseda në studio. Serialet dhe filmat shqiptarë mungojnë tërësisht. Në kanalet vendore, transmetohen pafundësisht produksione të *Kinostudios Shqipëria e Re*, pra produksione që vijnë nga një kohë tjetër.

Kanalet vendore e mbushin programacionin e tyre me edicione informative, biseda në studio veçanërisht me karakter politik, shumë rrallë me dokumentarë vendorë.

Duket qartë se TV vendore përtej konkurrencës në tregun e mediave, kanë nevojë për mbështetje që të mund të trajtojnë tema kulturore, të prodhojnë spektakle. Prodhimi i serialeve është thujse i pamundur, (për shkak të pamundësisë financiare por edhe tregut të vogël), por bashkëpunime mes kanaleve qendrore dhe vendore mund të sillnin produksione të përbashkëta të këtij lloji. Në këtë mënyrë, do të trajtoheshin edhe tema sociale të rajoneve të ndryshme të Shqipërisë që sot nuk po gjejnë pasqyrim në media, përveç rasteve kur kemi të bëjmë me kronikën e zezë.

Dixhitalizimi do t'i japë fund piraterisë së produksioneve televizive. Në këtë rast, rregullimi i tregut, do të çojë në vështirësi mbijetese kanalet televizive vendore si dhe do të varfërojë programacionet e tyre. Një impakt tjetër negativ, do të jetë shtimi i programeve politike në studio, programe të cilët duket se janë përgjegjësit kryesorë për ngritjen e tensioneve politike dhe përplasjeve në komunitetet e vogla.

Nga ana tjetër, dështimi tërësor i mediave vendore nuk e ndihmon demokracinë vendore dhe shumë probleme dhe shqetësimet e komuniteteve përkatëse do të mbeten pa u evidentuar, ndërsa qeveritë vendore do të ngelen pa vëzhguesin e domosdoshëm demokratik.

Si një sugjerim, mund të tërhiqet vëmendja në përgatitjen e një strategjie mbrojtëse për mediat vendore, si gardiane të demokracisë dhe në mbrojtje të qytetarëve në rajonet ku operojnë. Ndonëse operohet sipas rregullave të tregut të lirë, duhet të garantohet një

marrëdhënie mes mediave kombëtare dhe atyre vendore, gjë që do të ndihmonte të dy palët. Një model i tillë ekziston në Shtetet e Bashkuara të Amerikës ku të dy palët plotësojnë njëra tjetrën. Duhet instrumenta ligjorë dhe rregullatorë që do t'i ndihmonin të dy palët dhe do t'i përafrojnë pozitivisht.

Gjithashtu, mbështetje logjistike por edhe me lehtësi të tjera fiskale dhe strukturore, mund t'i ndihmonte televizionet vendore të lidhen me rrjetet ndërkombëtare të cilat mbështesin pikërisht këto media, si një pjesë funksionale e demokracisë vendore. Sot operojnë disa lëvizje të mediave vendore në vendet e Bashkimit Evropian të cilat mbi të gjitha do të ishin një udhëzues i mirë në këtë fushë.

Nga ana tjetër, AMA në bashkëpunim me Ministrinë e Kulturës dhe agjenci të tjera kompetente, mund të ndërmarrin një nismë të përgatitjes së përmbajtjeve televizive, filmike, dokumentarëve apo serialeve, që mund të jenë edhe bashkëpunime me rrjetet kombëtare. Një bashkëpunim mund të jetë i vlefshëm edhe me mediat lokale në Kosovë, Maqedoni dhe Malin e Zi. Siç edhe u evidentua, sot mediat televizive në hapësirën shqipfolëse në tërësi, vuajnë nga mungesa e filmave dhe serialeve televizive dhe e mbushin këtë hapësirë me produksione të huaja, veçanërisht turke, amerikane dhe italiane.

Burime

Aldridge, Meryl. 2007. *Understanding Local Media*. Berkshire: Open University Press.

AMA. 2015. *Raporti Vjetor*. Tiranë: Autoriteti i Mediave Audiovizive.

Pang, Laikwan. 2006. *Movie piracy as a technological threat to Hollywood*. Oxon: Routledge.

Straubhaar, Joseph D. 2007. *World television : from global to local*. California: Sage Publications.

Topi, Edmond, intervista nga Alban Tartari. 2016. *Serialet në televizionet vendore* (6 Dhjetor).

Uni.Beder. 2016. *Sfidat e transmetuesve lokalë dhe rajonalë përballë qasjes online të shërbimeve të tyre. Studim tregu i mbështetur nga "Autoriteti i Mediave Audiovizive"*. Anketë, Tiranë: ShL "Hëna e Plotë" (Bedër).