

Programacioni në televizionet me mbulim kombëtar në Shqipëri, në prag të kalimit në transmetimin numerik tokësor

*Diana Kalaja**

Abstrakt

Tema trajton prodhimin e përmbajtjes televizive, programet, emisionet sipas gjinive të prodhimit televiziv për televizionet me mbulim kombëtar në Shqipëri. Programacioni televiziv në Shqipëri ka lëvizur me shpejtësi në drejtim të rritjes sasiore dhe cilësore gjatë një periudhe 10-vjeçare, por ende është i mbizotëruar nga këndvështrimi *top-down* drejt audiencës, e cila vazhdon të jetë pasive. Televizionet ende imitojnë njëri-tjetrin në strukturat e tyre programore, duke i dhënë një përqidje të lartë programeve informative dhe bizedave politike. Tema prezanton shifrat statistikore të vitit 2013 të tre televizioneve me mbulim kombëtar raportet midis gjinive të ndryshme televizive.

Ajo do të fokusohet në kontekstin e zhvillimit të televizioneve në Shqipëri, në prag të kalimit në transmetimin numerik televiziv dhe ecurinë e këtij procesi deri në qershor 2015, sipas afatit të planifikuar për kalimin në transmetime numerike.

Menaxhimi i televizioneve, me karakteristikat e tij të veçanta, shprehet edhe nëpërmjet përqindjes programore që zë secili nga zhanret televizivë në strukturën e transmetimit të programeve TV. Ekonomia e televizioneve është pothuajse mbizotëruese mbi programacionet televizive edhe në prag të kalimit në transmetim numerik. Një tregues i prezantuar është edhe evoluimi i treguesit për tregun mediatik si Indeksi i Zhvillimit të Qëndrueshëm, dhe brenda tij faktori i menaxhimit të biznesit.

Fjalë kyçe: *televizion, programacion, menaxhim, transmetim numerik, zhvillimi i qëndrueshëm i medias*

Në prag të kalimit në transmetimin dixhital tokësor dhe ndërsa pritet licensimi i platformave dixhitale të transmetimit, vëmendja e operatorëve televizivë, analistëve dhe rregullatorit, Autoritetit të

* *Diana Kalaja, PhD Cand. University of Tirana, kalaja@yahoo.com*

Medias Audiovizive (AMA) është përqendruar kryesisht te platformat e transmetimit dhe teknologjia e lidhur me to. Ndjeshmëria publike është mjaft më e vogël ndaj mënyrës së përmbushjes së detyrimeve programore të këtyre platformave me programe e përmbajtje dhe duket sikur kjo i është besuar zhvillimit gradual të operatorëve mediatikë.

Kalimi në transmetimin televiziv dixhital nuk përbëhet vetëm nga përdorimi i teknikave të reja për shpërndarjen e përmbajtjes “së vjetër”. Rëndësia e prodhimit të përmbajtjes, e cila do t’i shërbejë audiencës e cila do të synojë të jetë interaktive, lidhet edhe me metodat e reja të prodhimit të përmbajtjes dhe modelet e biznesit mediatik që do të ndiqen nga kompanitë e medias. Rëndësia që programet e transmetuara në këto platforma televizive kanë për audiencën, shihet edhe nga një anketim që një prej platformave dixhitale bënte në 2011me shikuesit e saj nga e cila specifikohet se më tepër se 53% e klientëve si arsye të parë të abonimit¹ rendisin programacionin që ofronin kanalet e kësaj platforme.

Programacioni aktual televiziv

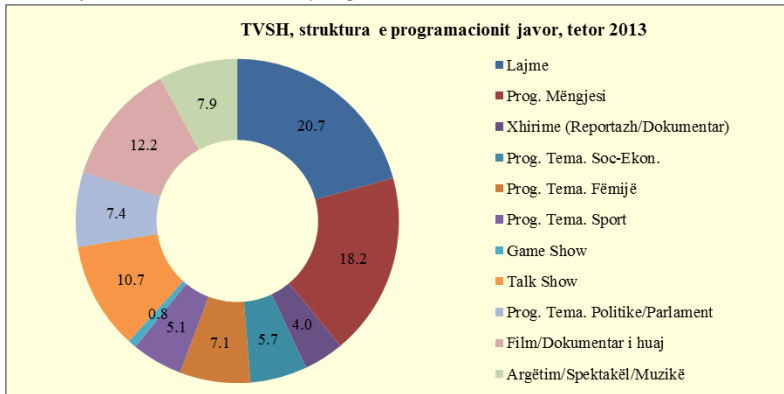
Në një vëzhgim të shpejtë të përmbajtjes programore të televizioneve me mbulim kombëtar në Shqipëri paraqiten raporte të ndryshme midis gjinive të prodhimeve televizive për këto televizione, duke përcaktuar edhe fizionominë e secilit prej tyre.²

¹ Eglitor Ramaj, “Digital: background, penetrimi në treg, avantazhet dhe disavantazhet” në *Studime Albanologjike, Mediatizimi i historisë dhe historia e medias*. Kordinator i botimit AK.Prof.Dr. Artan Fuga (Tiranë: Universiteti i Tiranës, Departamenti i gazetarisë dhe komunikimit, 2012), 509-515.

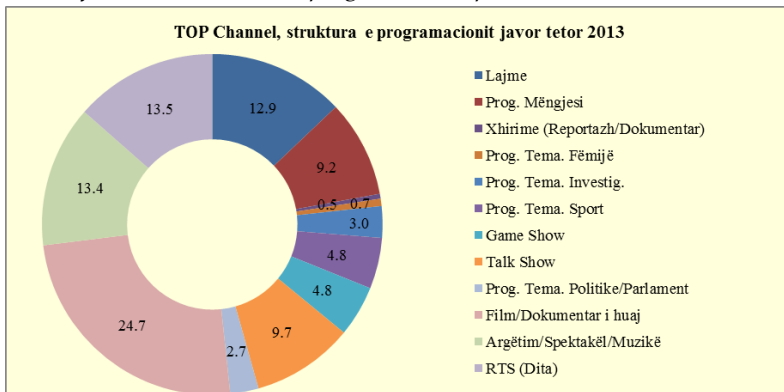
² Studimi i përqindjeve programore për secilin nga gjinitë televizive është përlllogaritje e autores, sipas shënimit në fund për të dhënat.

Programacioni në televizionet me mbulim kombëtar në Shqipëri, në prag të kalimit në transmetimin numerik tokësor

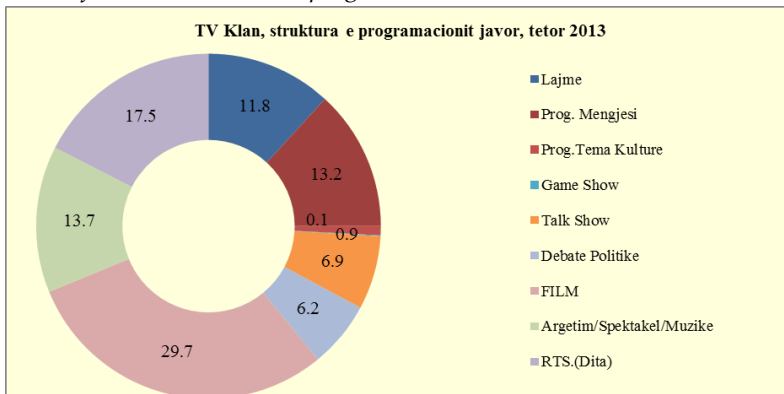
Grafik 1: *Struktura programore, TVSH 2013 (në %)*



Grafik 2: *Struktura programore, Top Channel 2013 (në %)*

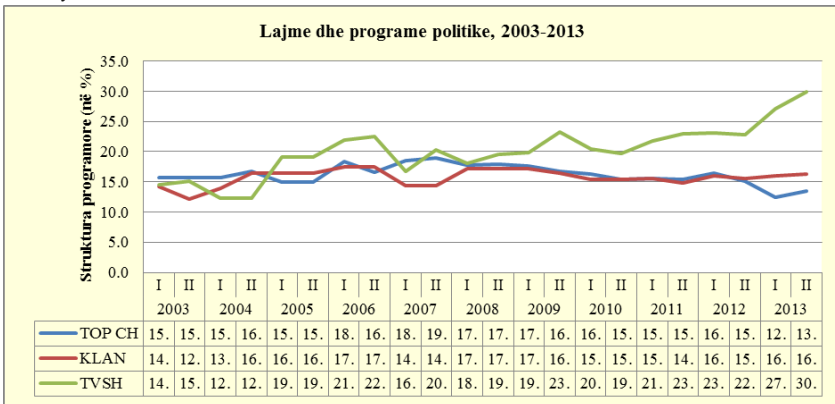


Grafik 3: *Struktura programore, TV KLAN 2013 (në %)*



Televizionet në Shqipëri, ato gjeneraliste, me një program të plotë, kanë veçori të raporteve të tyre programore midis gjinive të ndryshme. Dhe këto raporte kanë ecur ndryshe në kohë. Krahasimi më poshtë është për periudhën 2003-2013 për TVSH, Klan TV dhe Top Channel për përqindjet e programeve Lajmeve dhe Debatet Politike apo transmetimet parlamentare të mbledhur së bashku.

Grafik 4: Ecuria e gjinive informative dhe politike në televizionet me shtrirje kombëtare, 2003-2013 (%)



Treguesit e mësipërm janë një përlllogaritje mesatare e bazuar në një mesatare javore në muajt mars dhe tetor për këto televizione duke pasqyruar tendencat e zhvillimit në vite vetëm për këto dy lloje programesh. Kjo nuk merr parasysh se në kohën e fushatave zgjedhore, si për zgjedhjet e pushtetit vendosur, ashtu edhe për zgjedhjet parlamentare, përgjithësisht programacioni i televizioneve me mbulim kombëtar ndryshon duke shtuar sidomos në oraret e mbrëmjes së parë edhe programe të tjera dhe debate të natyrës politike.

Nga grafiku për programet e News and Current Affairs vërehet rritje e madhe e programeve të kësaj natyre në programacionin e televizionit publik e cila duke krahasuar gjatë një periudhe 11-vjeçare është pothuajse dyfishuar në përqindjet e kohës në transmetim në tërësinë e programacionit televiziv. Kjo situatë ka qenë thujtë e ngjashme edhe gjatë vitit 2014 dhe tremujorit të parë të vitit 2015.

Në Raportin Vjetor të KKRT-së (AMA) në Kuvend për vitin 2011 problemi i disproporcioneve në trajtimin e tematikave vihet re në programacionin e TV më të rëndësishme në vend e madje edhe të televizionit publik. Në veçanti KKRT tërheq vëmendjen për programet për fëmijë:

[...] nuk është nevoja për “përmbysje” apo risi në strukturën programore të operatorëve radiotelevizivë kombëtarë, por për një qasje më të përgjegjshme, për njohje dhe vlerësim gjithnjë e më e lartë të domosdoshmërisë së programacionit cilësor e të drejtpërdrejtë për fëmijët, në platformat e grilat programore. Kjo gjë bëhet më evidente pasi vendin kryesor në programacionin për fëmijë e zënë ende filmat e animuar, shpesh të përsëritur në ritransmetime të shumta, të vjetra e të njohura, pa interes për grupmoshat e fëmijëve që i kanë parë nga viti, në vit, nga njëri ekran në tjetrin.”³

Në një situatë të tillë programore për televizionet me shtrirje kombëtare zhvillohet procesi i kalimit në transmetime numerike.

Ecuria e transmetimeve numerike në Shqipëri

Platformat numerike të transmetimeve televizive filluan transmetimin në një mjedis rregullativ ende të papërgatitur, me mungesë të kuadri licencues për këto formate transmetimi.

Platformat e parë numerike në Shqipëri filloi në korrik 2004 me daljen në transmetim “Digitalb”. Platforma “Digitalb” filloi me transmetime tokësore, kryesisht në qytetet e zonës Perëndimore të vendit. Në dhjetor të vitit 2004 kjo platformë filloi transmetimin në satelit nëpërmjet Eutelsat duke mbuluar të gjithë territorin e Ballkanit dhe pjesën më të madhe të Evropës ku jeton edhe pjesa më e madhe e shqipfolësve jashtë kufijve të vendit. Kjo platformë solli në transmetimet televizive një tërësi programesh duke përfaqësuar pothuajse të gjitha grupmoshat e audiencës dhe larmishmëri të gjinive televizive.

³ Raporti Vjetor i KKRT, viti 2011, faqe 21

Në vitin 2006 peizazhit mediatik të Shqipërisë i shtohet edhe platforma satelitore SuperSport me objekt të dedikuar vetëm tek aktivitetet sportive.⁴

Raporti i KKRT-2006 lidhur me situatën e platformave numerike tokësore vlerësonte se:

*“... kohët e fundit kanë dalë në transmetim satelitor pa lejen e KKRT-së edhe TV “Sat+” dhe “Digitalb”, etj. KKRT-ja ka dështuar në licencimin e tyre për shkak të pengesave ligjore, tashmë të identifikuara, lidhur me pronësinë mbi rrjetet (operatorët satelitorë nga ligji konsiderohen si operatorë kombëtarë) dhe implikimet që sjell teknologjia e re numerike. Ndërkaq, si pasojë e konkurrencës së ashpër në tregun tashmë të ngritur, gjatë vitit 2006, “ Sat +” ka mbyllur aktivitetin.*⁵

Në vitin 2008 doli në transmetim një tjetër platformë transmetimesh dixhitale e quajtur “Tring”, me objektiv ofrimin e Hi-Speed Internet, shërbimeve të telefonisë dhe dixhital TV. “Tring” prej vitit 2008 ka ndërtuar sistemin numerik tokësor, dy rrjete fikse. Transmetimet nisën fillimisht mbështetur në vendimin e Këshillit Kombëtar të Radios dhe Televizionit që u dha leje të përkohshme “Për eksperimentimin e transmetimeve numerike” më 23.01.2008. Afati i lejes së përkohshme përfundoi më 24.07.2008 dhe “Tring” tashmë është licencuar si operator numerik satelitor.

Në sistemin numerik tokësor, Shijak TV ndërtoi një rrjet fiks, për të cilin përdor kanalën 24 UHF nëpërmjet një stacioni transmetues të instaluar në malin e Dajtit, duke mbuluar zonën Tiranë-Durrës. KKRT i dha një leja të përkohshme “Për eksperimentimin e transmetimeve numerike” me kushtin që, në mbarim të afatit të përcaktuar nga kjo leje, operatori duhet të paraqesë në KKRT një informacion të hollësishëm mbi rezultatet tekniko-ekonomike të eksperimentimit dhe konkluzionet përkatëse. “Kjo detyrë nuk është zbatuar nga Shijak TV”,

⁴ Extrakti historik i “Supersport sh.a.” marrë nga faqja online e Qendrës Kombëtare të regjistrimit www.qkr.gov.al ekstrakt i nxjerrë më 20 shkurt 2014.

⁵ Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit, Raporti Vjetor 2006. www.kkrt.gov.al parë në 15 tetor 2013.

por, nga të dhënat që disponon KKRT, rezulton se “[...] eksperimenti nuk ka arritur rezultatet e synuara tekniko-ekonomike.⁶

Licensimi i platformave dixhitale

Në raportin e saj të vitit 2011, KKRT e cilësonte situatën e transmetimeve numerike tokësore “krejtësisht të parregulluar, për pasojë të pakontrolluar”. Operatorët e transmetimeve numerike tokësore vepronin të palicensuar pa rregullat përkatëse të shërbimit apo detyrimet financiare. Përpjekjet për ta formalizuar tregun dixhital nisin që me hartimin e Draft Strategjisë për kalimin në transmetimet numerike tokësore, fillimisht në vitin 2008. Ndërkohë, në një njoftim të saj KKRT njoftonte për organizimin e konkurrimit në muajin nëntor 2008, për subjektet që kërkojnë të licencohen për operatorë privatë rrjeti numerik tokësor kombëtar, për 3 allotmente. Dokumentet duhet të përmbanin përveç kërkesave për regjistrimin ligjor të subjektit aplikues, edhe kërkesa me karakter teknik dhe ekonomik.⁷

Ky konkurrim nuk u zhvillua ashtu siç ishte parashikuar në nëntor 2008 dhe që prej asaj periudhe KKRT vazhdoi të shtyjë afatet e konkurrimit e të njoftonte për to nëpërmjet faqes web, por pa u materializuar asnjëherë në një konkurrim për subjektet e licencuara. Kjo situatë u vesh me arsye teknike, dhe në disa raste ligjore dhe mbeti e pashpjeguar për publikun.

Hartimi përfundimtar i Strategjisë së kalimit në transmetime numerike zgjati pothuajse 4 vjet. Në maj 2012 u miratua Strategjia e Kalimit nga Transmetimi Analog në Transmetim Numerik, me Vendimin e Këshillit të Ministrave nr. 292, datë 02.05.2012⁸. Strategjia

⁶ Raporti i KKRT 2011

⁷ Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televisionit, 2008. “Njoftim për organizimin e konkurimit të kandidaturave për operatorë private” parë më 09 shtator 2013 në http://www.ama.gov.al/index.php?option=com_content&view=article&id=112%3A1102008-njoftim-per-organizimin-e-konkurimit-te-kandidaturave-per-operatore-private&Itemid=77&lang=sq

⁸ Strategjia e kalimit nga transmetimet analoge në transmetimet numerike. (2013) <http://ama.gov.al/preview/wp->

e Kalimit për Transmetimet Numerike, Plani i Veprimit dhe Ligji 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë" shtynë kalim në transmetime numerike në afatin përfundimtar të 17 qershor 2015.

Më 2 korrik 2013 AMA (KKRT e transformuar në AMA) e rihapi konkursin për licensimin e operatorëve televizivë dixhitalë privatë. Në zbatim të nenit 139, të këtij ligji, AMA kishte detyrimin ligjor që brenda tre muajve nga hyrja në fuqi e ligjit (pra brenda datës 5 korrik 2013), të bënte njoftimin publik dhe të ftonte operatorët privatë historikë kombëtarë, si dhe operatorët ekzistues me eksperiencë në transmetimet numerike, për të marrë pjesë në procedurën e përzgjedhjes, sipas *beauty contest*-it për rrjetet numerike kombëtare.

Çështja kaloi në sistemin gjygjësor pasi operatorët televizivë kundërshtonin legjitimitetin e Autoritetit të Medias Audiovizive, që sipas tyre, në zbatim të ndryshimeve ligjore që kishin ndodhur, duhej të formatohej dhe mandati i Kryetarit të AMA (ish KKRT) kishte përfunduar. Më 31 korrik 2013, Gjykata e Tiranës vendosi të pranojë kërkesën e bërë më 22 korrik të po këtij viti të tre operatorëve Digitalb, Top Channel, and Media 6 ndaj Autoritetit të Medias Audiovizive (AMA). Kjo do të thoshte që se derisa Gjykata të vendosë, AMA do të pezullojë procesin e filluar për licensimin e rrjeteve të operatorëve numerikë. Gjykata i cilësoi aktet administrative të AMA-s, të datës 2 korrik 2013, me ftesat për fillimin e procesit të licensimit sipas parimit "beauty contest" si të pavlefshme. Thelbi i ankesës së televizioneve Top Channel, Digitalb, TV Klan, dhe Supersport ka qenë se AMA nuk ka *quorum* e nevojshëm për të filluar procedura të tilla. Gjithashtu, pretendimet lidheshin me përgatitje të tjera paraprake që nevojiten të bëhen më parë dhe konsultime më të thelluar me aktorët përpara se të tilla vendime të rëndësishme të merren. Ndërkohë më tepër se një vit pas zgjedhjeve parlamentare, pas diskutimesh në Komisionin Parlamentar të Medias, në nëntor 2014 u zgjodh kryetari i ri i Bordit të AMA-s.

content/uploads/2015/03/9STRATEGJIA_E_KALIMIT_NGA_TRANSMETIMET_ANALOGE_NE_TRANSMETIMET_NUMERIKE.pdf parë më 31 mars 2015

Në një njoftim të 16 prill 2015 AMA njoftonte konkurrimin për dhënien e 5 licensave private kombëtare të transmetimit audioviziv numerik sipas *Beauty Contest*. AMA ftoi për paraqitjen e aplikimit për licensë private kombëtare transmetimi audioviziv numerik subjektet: TV Klan sh.a.; Top Channel sh.a.; Digit -Alb sh.a.; Tring TV sh.a.; Supersport sh.a. Aplikimet u hapen më 27 maj 2015 dhe vetëm Tring TV sh.a. nuk kishte marrë pjesë në konkurrim. Procesi i licensimit është ende i mbetur pezull dhe pa rezultat. ⁹

Përdorimi i Internetit në Shqipëri

Ndonëse në Shqipëri nuk ka informacion se sa përdoret Interneti si burim për të ndjekur lajmet e vendit, e krahasuar kjo me ndjekjen e edicioneve informative televizive, rritja e shkalla e përhapjes së Internetit është tregues që tregon edhe për mundësitë që televizionet kanë si potencial për të rritur shikueshmërinë e tyre.

Tabela 1: Përqindja e popullsisë që përdor Internet në raport me numrin total të popullsisë ¹⁰ (Në %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Përqindja e popullsisë që përdor internet	16.0	20.6	43.0	43.4	48.01	60.01

Më të detajuara këto informacione i japin edhe Raportet Vjetore të Autoritetit të Komunikimeve Elektronike dhe Postare (AKEP). Në fund të dhjetorit 2013 numri i pajtimtarëve me akses broadband si të telefonisë fikse dhe 3G në total ishte 293,932 pajtimtarë. Këtij numri i shtohet edhe numri i përdoruesve të internetit nga telefonat mobile, i cili në fund të vitit 2013 arriti në 1,119,892 pajtimtarë me akses në Broadband 3G.

⁹ Deri në 28 qershor 2015, kur përfundoi shkrimi i këtij punimi, ende nuk kishte filluar procesi i licensimit të operatorëve numerikë tokësorë

¹⁰ Internet World Stats – Usage and population statistics. Parë në 10 janar 2015 [http:// www.internetworldstats.com/euro/al.htm](http://www.internetworldstats.com/euro/al.htm), sipas Internet Usage Statistics Sipas International Telecommunication Union.

Tabela 2: Numri i pajtimtarëve me akses broadband 3G telefonia e celulare

	USB/Modem	Aparat celular
2011	34,493	248,756
2012	55,405	594,308
2013	11,367	1,119,892

Zhvillimi i qëndrueshëm i medias

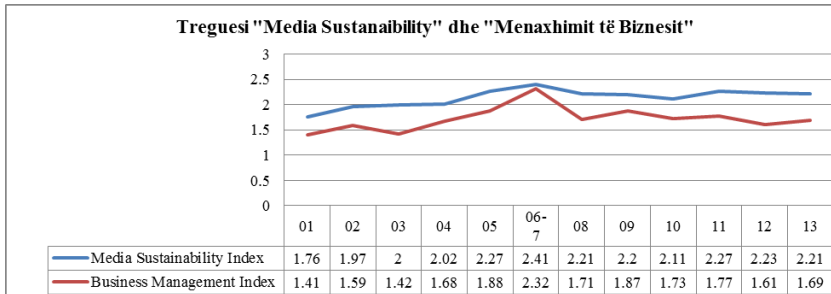
Duke parë ecurinë e medias nga këndvështrimi i një zhvillimi të qëndrueshëm janë dy tregues të cilët mund të na orientojnë, “Media Sustanaibility” dhe “Business Managment”. Të dy treguesit janë llogaritur nga IREX, program i një organizate ndërkombëtarë që përllorarit këta tregues të zhvillimit të medias në shumë rajone të botës.

Treguesi i “Menaxhimit të biznesit” në media, merr në konsideratë si shtypin e shkruar ashtu edhe median elektronike dhe shqyrton nëse: (i)Kompanitë mediatike veprojnë me efikasitet dhe si biznese që vetë-mbështeten; (ii) Media marrin të ardhura nga burimeve të ndryshme; (iii) Agjencitë e reklamave dhe industritë e lidhura me to, mbështesin tregun e reklamave; (iv)Të ardhurat nga reklamat, në përqindje ndaj të ardhurave totale janë në përputhje me standardet e pranuar; (v) Mbështetja dhe reklamat qeveritare shpërndahen në mënyrë të drejtë, sipas ligjeve dhe as nuk ndikojnë në ndryshimin e politikës editoriale dhe as nuk e deformojnë tregun; (vi) Hulumtimi i tregut përdoret për të formuluar plane strategjike, për të rritur të ardhurat nga reklamat, dhe për t’ia përshtatur produktet nevojave dhe interesat e publikut; (vii) Të dhënat mbi shikueshmërinë (*Ratings*) e televizioneve, shifrat e qarkullimit të gazetave dhe statistikat nga Interneti janë prodhuar në mënyrë të besueshme dhe të pavarur¹¹.

¹¹ International Research and Exchange Organization. “Media Sustanaibility Index” Metodologjia e ndërtimit. Parë me 15 mars 2015 në <https://www.irex.org/sites/default/files/2015-msi-summary.pdf>

E rëndësishme është të shikohet ecuria në vite e treguesit të Menaxhimit të Biznesit e krahasuar me ndryshueshmërinë e Treguesit të plotë të Qëndrueshmërisë në Media (*Media Sustainability*).¹²

Grafik 5: Ecuria gjatë periudhës 2001-2013 e treguesit "Media Sustainability" dhe "Menaxhimit të Biznesit"



Siç shikohet edhe nga grafiku, treguesi "Menaxhimit të Biznesit" është në vlerë gjithnjë më të vogël se sa indeksi total "Media Sustainability" që përfshin edhe katër tregues të tjerë. Vlera maksimale e treguesit është 4 ndërkohë që treguesi i "Menaxhimit të Biznesit" është gjithnjë më i vogël se 2. Indeksi, i cili ndonëse përmbledh së bashku si shtypin e shkruar ashtu edhe median elektronike, jep një pasqyrë të lëvizjeve të mënyrës se si është menaxhuar biznesi i medias në Shqipëri sipas perceptimit e një grupi analistësh të fushës së medias që intervistohen.

Konkluzione:

Zhvillimet më të fundit në kalimin nga transmetimet analoge në dixhitale, pamundësia e respektimit të afatit të kalimit në transmetim dixhital¹³ dhe shtyrja e afatit edhe për një periudhë tjetër do të sjellë edhe ndryshime në peizazhin e medias në vend. Shenjat e parë të këtij

¹² Treguesi në vlerën maksimale arrin në 4.00

¹³ Autoriteti i Mediave Audiovizive "Mbi mosrespektimin e afateve të procesit të digjitalizimit" (15 qershor 2015) parë në <http://ama.gov.al/preview/wp-content/uploads/2015/06/Njoftim-per-median-mbi-afatin-e-digjitalizimit.pdf>

ndryshimi duken fillimisht në disa televizione lokale të cilat ndryshuan strukturën e programacionit të tyre, duke dhënë pothuajse vetëm ritransmetime të programeve, dhe informacioni i ri është i kufizuar vetëm me bisedë në studio me të ftuar dhe pasqyrën e shtypit të ditës. Kështu në qershor 2015 televizionet “Koha TV” dhe “Planet TV” nuk kanë pothuajse fare edicione informative në transmetim, “Shijak TV” dhe UTV News kanë shumë ritransmetime dhe vetëm një emision të ri në darkë me të ftuar biseda në studio. Ata kanë shkurtuar edhe një numër të madh të gazetarëve dhe stafit teknik.

Ndryshimi i peisazhit të televizioneve në Shqipëri, ndikohet edhe nga mungesa e diversifikimit të programacionit të televizioneve, imitimi i programeve sidomos atyre të natyrës politike nga shumica e televizioneve, mungesa në krijimin e përparësive konkurruese në tregun mediati.

Televizionet në Shqipëri në kohën e re të transmetimeve dixhitale, krahas diversifikimit të prodhimit televiziv, duke iu përshtatur audiencave, duhet të përshtasin edhe modelet e drejtimit të medias si biznes, ashtu edhe mundësitë të financimit, në kushtet e tregut të ndryshuar të reklamës.

Referenca:

1. Eglinor Ramaj, “Digital: background, penetrimi në treg, avantazhet dhe disavantazhet” në *Studime Albanologjike, Mediatizimi i historisë dhe historia e medias*. Kordinator i botimit AK.Prof.Dr. Artan Fuga (Tiranë: Universiteti i Tiranës, Departamenti i gazetarisë dhe komunikimit, 2012), 509-515.
2. Internet World Stats – Usage and population statistics. Parë në 10 janar 2015 <http://www.internetworldstats.com/euro/al.htm>, sipas Internet Usage Statistics Sipas International Telecommunication Union.
3. Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit, Raporti I veprimtarisë për vitin 2006, parë në www.kkrt.gov.al më 15 tetor 2013

4. Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit, Raporti I veprimtarisë për vitin 2011, parë në www.kkrt.gov.al më 15 tetor 2013
5. Programacioni i TVSH-së sipas skedave javore 2013.
6. Programacioni i Top Channel sipas skedave javore 2013.
7. Programacioni i TV KLAN sipas skedave javore 2013.
8. Extrakti historik i Supersport marrë nga faqja online e Qendrës Kombëtare të regjistrimit www.qkr.gov.al ekstrakt i nxjerrë më 20 shkurt 2014.
9. Strategjia e kalimit nga transmetimet analoge në transmetimet numerike. (2013) http://ama.gov.al/preview/wp-content/uploads/2015/03/9STRATEGJIA_E_KALIMIT_NGA_TRANSMETIMET_ANALOGE_NE_TRANSMETIMET_NUMERIKE.pdf parë më 31 mars 2015
10. Autoriteti i Mediave Audiovizive “Mbi mosrespektimin e afateve të procesit të digjitalizimit” (15 qershor 2015) parë në <http://ama.gov.al/preview/wp-content/uploads/2015/06/Njoftim-per-median-mbi-afatin-e-digjitalizimit.pdf>
11. ¹ International Research and Exchange Organization. “Media Sustainability Index” Metodologjia e ndërtimit. Parë me 15 mars 2015 në <https://www.irex.org/sites/default/files/2015-msi-summary.pdf>

Shënime:

Njësia kohore e studimit të programacionit u konsiderua java, ora 07:00-24:00. Në studimin e programacionit u abstragua edhe minutazhi që televizionet i dedikojnë reklamave. Në përzgjedhjen e një javë tipike televizive, si bazë për përlllogaritjet e transmetimeve, u mbajt parasysh përfshirja e atyre afateve kohore që sa më shumë i afrohen përgjithësimit të programacionit duke eliminuar ata faktorë që mund të jenë rastësorë në programacion. Televizionet përgjithësisht i fillojnë sezonet e reja programore të transmetimeve në

fund të muajit shtator. Për këtë arsye në përzgjedhjen e programacionit u mor një javë e muajit tetor (java II ose III e tetorit). Për këtë arsye, për të krijuar mundësinë e përfshirjes së këtyre programeve që nisin me fillim vitin kalendarik, u studjua edhe një javë e muajit mars, java II ose III e marsit.

Minutazhi i transmetimit u nda në disa kategori mbështetur në klasifikimet që literatura e huaj dhe studiuesit shqiptar kanë bërë për këtë qëllim. "Gazetaria 2" Hamit Boriçi. Kështu kategoritë e klasifikimit të programacionit kohor janë bazuar kryesisht në tematikat e trajtuara dhe në se ato janë realizuar në studio apo me xhirime jashtë saj.

Kategoritë janë:

Lajme; Programe Mëngjesi; Xhirime (Reportazh/Dokumentar); Programe me tematikë Social-Ekonomike, të realizuar në studio televizive; Programe me tematikë për Fëmijë; Programe me tematikë Investigative; Programe me tematikë Edukim/Kulturë/Histori, të realizuar në studio televizive; Programe *Reality Show*; Programe me tematikë Sportive, në transmetim të drejtpërdrejtë apo të regjistruar, të të gjitha llojeve të sporteve si edhe bisedave në studio me të ftuar për tematikat sportive; Programe *Game Show*, formatet e blera dhe realizuar nga stacionet televizive ku synimi është fitimi i një loje, shpërblyese; Programe *Talk Show*, në studio në formatin e një drejtuesi dhe një grupi të ftuarish të ndryshëm, në tematika dhe ku bisedat nuk kanë një temë të vetme, dhe thelbi i programit është diskutimi kryesisht për tematika sociale; Programe me tematikë Politike/Parlament; Film/Dokumentar i huaj; Argëtim/Spektakël/Muzikë; Ritransmetim gjatë ditës (07:00-24:00).

Transmetimet e TVSH janë vrojtuar në 27 janar-3 shkurt dhe 17-23 nëntor 2003; 16-22 shkurt 2004; 31-6 nëntor 2005; 6-13 shkurt dhe 30 tetor-6 nëntor 2006; 19-25 shkurt dhe 22-28 tetor 2007; 18 -25 shkurt dhe 15-21 shtator 2008; 22-28 shkurt dhe 21-28 shtator 2009; 8-14 shkurt dhe 22-28 nëntor 2010; 21-27 mars dhe 24-31 tetor 2011; 5-12 mars dhe 22-28 tetor 2012; 18-24 mars dhe 21-27 tetor 2013.

Transmetimet e KLAN TV janë vrojtuar në 12-19 maj dhe 13- 0 tetor 2002; 9-16 mars dhe 12-19 tetor; 15-22 mars dhe 8-15 tetor 2004;

27 mars-8 prill dhe 31-6 nëntor 2005; 13-19 mars 2006; 9-15 prill 2007; 17-23 tetor 2008; 16-22 mars dhe 30 nëntor-6 dhjetor 2009; 29 mars-4 prill dhe 22-28 nëntor 2010; 21-27 mars dhe 5-11 dhjetor 2011; 5-12 mars dhe 22-28 tetor 2012; 18-24 mars 2013.

Transmetimet e TOP Channel janë vrojtuar në 8-15 tetor 2004; 28 mars-8 prill dhe 31 tetor-6 nëntor 2005; 13-19 mars dhe 30 tetor-6 nëntor 2006; 19-25 mars dhe 22-30 tetor 2007; 17-24 mars dhe 17-23 nëntor 2008; 16-22 mars dhe 23-30 nëntor 2009; 29 mars-4 prill dhe 22-28 nëntor 2010; 21-27 mars dhe 24-31 tetor 2011; 5-12 mars dhe 22-28 tetor 2012; 18-24 mars dhe 21-28 tetor 2013.

Lista e tabelave:

Tabelë 1: Tabela 1: Përqindja e popullsisë që përdor Internet në raport me numrin total të popullsisë.

Tabelë 2: Numri i pajtimtarëve me akses broadband 3G telefonia e celulare .

Lista e grafikëve

- Grafik 1 Struktura programore, TVSH 2013 (në %)
- Grafik 2 Struktura programore, TOP Channel 2013 (në %)
- Grafik 3 Struktura programore, KLAN TV 2013 (në %)
- Grafik 4 Ecuria e gjinive news dhe debate politike në televizionet me shtrirje kombëtare, 2003-2013 (në %)
- Grafik 5 Ecuria gjatë periudhës 2001-2013 e treguesit "Media Sustanaibility" dhe "Menaxhimit të Biznesit"