

Tipare të performancës së webradiove shqipfolëse

Arben MUKA*

Abstrakt

Webradiot shqipfolëse janë njësitë mediatike, të cilat prej rreth një dekade kanë eliminuar kufijtë shtetërorë, kanë tejkaluar kufizimet që kanë redaksitë për zgjerimin e frekuencave të transmetimit dhe zonën e mbulimit, duke u bërë të kapshme në secilën prej pikave të globit ku jetojnë dhe punojnë shqiptarët. Hapja e një radio online nuk është vetëm zgjidhje që nxitet nga mungesa e frekuencave për transmetimet valore, apo reagim kundër efekteve të krizës ekonomike, por është në sinkroni dhe me zhvillimet teknologjike në industrinë mediatike dhe përhapjen në shkallë të gjerë të internetit.

Radiot në internet nxisin decentralizimin e tregut të transmetimeve dhe me trendin e standardeve 3G dhe 4G vijnë gjithnjë e më shumë në tiparet një radioje si të tjerat, e disponueshme që prej smartfonëve, pa pasur nevojë për t'u pajisur me një marrës të dedikuar - një nga problemet me karakter ekonomik e financiar që ka ngadalësuar procesin e kalimit të transmetimeve audio nga analogu në numerik.

Redaksitë e radiove gjithnjë e më shumë janë për qasjen dyfishe të produktit të tyre, në versionin klasik valor, si dhe përmes shërbimeve online në hapësirën virtuale. Kjo është një zhvendosje e detyruar nga shumë faktorë brenda dhe jashtë ambjenteve të stacionit radiofonik: nga njera anë vrulli teknologjik, depërtimi gjithnjë e më i madh i internetit, apo gara palimit që bën industria e telekonunikacionit me multiofertet e telefonisë së lëvizshme; nga ana tjetër, e lidhur me sa më sipër, është dhe presioni që vjen nga ndryshimi i sjelljes së audiencës. Duke qenë se konsumatori mediatik "rrëmon" më shumë për përmbajtjet informative dhe zbavitëse në hapësirat virtuale, atëherë dhe pronarët dhe menaxherët e radiove manovrojnë duke servitur një pjesë të produktit në formatin online. Sipas David Hendy-t, prezenca e radios në internet krijon një dimension të ri, pasi audiencia e saj nga lokale bëhet globale. "Kjo i ofron kompanive radiofonike shansin që të ndërtojnë një prezencë mbarëbotërore dhe në disa raste ndoshta dhe një markë globale".¹

* PhD, Autoriteti i Mediave Audiovizive të Shqipërisë, Drejtoria e Programeve. Arben.Muka@ama.gov.al

¹ David Hendy, *Radio in the global age*, UK: Polity Press, 2000, faqe 57.

Ky punim ka në fokus aspekte kryesore të performancës në fluksin e webradiove shqipfolëse, lloji i përmbajtjeve që emetohen, informacioni dhe rubrikat zbatimëse, shkalla e interaktivitetit me ndjekësit dhe oferta multimediale në hapësirën virtuale. Përveç formateve më të hasura, trajtohet dhe legjislacioni për transmetimet audio në Shqipëri, ndryshimet për të përmirësuar rregullimin e tregut të radiove online.

Fjalë kyçe: *webradio, treg radiofonik, multimedia, internet, program*

Hyrje

Me aplikimin e shërbimeve online, radio nuk “thyen” vetëm kufijtë që rrjedhin nga përcaktimi i zonës së mbulimit në spektrin e frekuencave të transmetimit, por sjell dhe një tjetër impakt që lidhet me ridimensionimin e konceptit “dëgjues”, duke e konsideruar atë më shumë si “ndjekës”. Një audiencë që modifikohet në përbërjen e saj, nga një “shumatore dëgjuesish” të përmbajtjeve, si deri para rreth dy dekadash, në një “shumatore ndjekësish”, që kanë mundësi jo vetëm të dëgjojnë, por dhe të shohin nga oferta e multimediale të stacionit e të ndërveprojnë.

Procesi i kalimit të transmetimeve radiofonike nga analogu në digjital nuk po shkon me vrullin e planifikuar, kryesisht nga ndikimi i industrisë së prodhimit të makinave, që nuk i përgjigjet dot listës së fryrë të shpenzimeve marramendëse për konvertimin e aparatëve marrës në automjete. Qarkullimi i marrësve të standardit HD me kosto të lartë dhe përmbajtjet që emetohen, sipas Joseph Dominick, krijojnë probleme në treg. “Marrësit HD portativë kanë një problem, radiot HD shpenzojnë kaq shumë fuqi, sa bateritë konsumohen tepër shpejt. Për më tepër, deri më tani radioja digjitale nuk ka sjellë ndonjë ndryshim rrënjësor. Ato thjesht ofrojnë të njëjtën përmbajtje, por me një kualitet më të mirë audio. A është kjo e mjaftueshme për dëgjuesit e mikluar nga iPod-et dhe shërbimet satelitore? Pjesa më e madhe e ekspertëve predikojnë se në qoftë se kostot e marrësit do të vazhdojnë të ulen dhe në qoftë se radiostacionet do të ofrojnë më shumë

përmbajtje të përtëritura, shanset janë të mira për suksesin absolute të radios HD.”²

Kjo është dinamika dhe destina e radiove që e kanë nisur tranemtimin me statusin klasik, linear, on air. Përshtatja e tyre me rrethanat e reja në treg. Por nga kjo premisë zona e veprimit mbetet ende e ngushtë. Numri i kufizuar i frekuencave në transmetimin valor, si dhe goditjet direkte dhe indirekte që ka dhënë kriza ekonomike– si kudo edhe në tregun mediatik rajonal, kombëtar dhe global – ka shtyrë njerëzit e audios t’i qasen zgjidhjeve më praktike dhe të leverdishme, duke krijuar radiot e internetit, ose siç thirren më shpesh webradiot, të cilat janë të dizajnuara dhe funksionojnë vetëm online.

Për Hugh Chignell alternativa e orientimit drejt radiove online është një zgjidhje që josh jo vetëm transmetues publikë a privatë, por dhe nga ata që kanë burime tejet të kufizuara, siç mund të jenë dhe amatorët entuziastë që mund ta instalojnë webradion e tyre në dhomën e gjumit me shumë pak kosto dhe pa e varur shumë mendjen për instrumentet rregullatore të shtetit. Aq sa ai shkon drejt një pyetje që nuk është thjesht sugjestionuese: “Jemi kthyer në botën e kohës së paratransmetimeve, ku amatorët bënin ligjin?”³

Treguesit e emetimit të përmbajtjeve përmes internetit

Një webradio ka dallime thelbësore nga radio me transmetim valor, në kuptimin klasik që ne njohim. Ndër to mund të përmendim:

-Koncepti *zonë e mbulimit me sinjal* shndërrohet në *akses për ta ndjekur*. Nëse e para është e limituar nga pikëpamja teknologjike dhe stacioneve u duhet gjithmonë të konkurrojnë për të fituar një frekuencë dhe për ta respektuar atë sipas kushteve të licencës, akorduar nga Autoriteti Rregullator, koncepti i dytë nënkupton pakufizimin në hapësirë, mjafton që të kesh një kompjuter a pajisje të

² Joseph R. Dominick, *Dinamika e komunikimit masiv. Media në periudhën digjitale*, Tiranë: UET Press, 2010, faqe 254.

³ Hugh Chignell, *Key Concept in Radio Studies*, London: SAGE Publication, Ltd. 2009, faqe 12.

ngjashme me të dhe akses në internet. Cilësia dhe parametrat e inventarit në përdorim ndikojnë drejtpërdrejt në shpejtësinë e shkarkimit dhe të transferimit të përmbajtjeve të ndryshme që ofrohen nga radio online dhe kualiteti e dëgjimit të programeve të transmetuara.

-*Faktori gjeografik*, lokalizimi, apo vendndodhja e redaksisë. Në transmetimin valor lokalizimi i redaksisë, ekipit që menaxhon dhe realizon produktin, është zakonisht brenda zonës së mbulimit me sinjal, përveç rastit të transmetimeve satelitore. Në radion online adresa e menaxhmentit, ose e stafit që realizon produktin mund të jetë gjithkund, mjafton të ketë siguruar mundësi instalimi të një set-i pajisjesh të domosdoshme, server-at, soft-et, kompiutera-t etj., ku mbërrin një linjë interneti në parametra të kërkuar, ose është nën ndikimin e wireless-it. P.sh., një ndër radiot e para shqipfolëse në internet, *Emigranti* funksionon si një "joint venture" mes ekipeve në Francë dhe SHBA.

-*Oferta për programin jolinear ose me kërkesë*. Linear-iteti i transmetimeve on air e vendos ndjekësin e programeve në pozita "pritmërie", për të dëgjuar atë që dëshiron sipas planifikimit që ka bërë transmetuesi i përmbajtjes. Kurse te webradiot mund të përzgjedhësh sipas gustos, dhe konsumin mund ta bësh në çdo moment që planifikon vetë, aq më tepër përmes "time-shift"-it një program, një kronikë, një intervistë të parapëlqyer etj., mund ta ndjekësh në ato pjesë që të interesojnë, duke manovruar me lëvizjet e kursorit tregues në ekran me komandat "përpara", "pas" ose "stop".

-*Zgjerimi i depozitës arkivore*. Raftet shumëkatëshe të arkivit muzikor dhe të folur, nëpërmjet teknikave digjitale konvertohen dhe komprimohen në formate që zënë hapësira të vogla, duke krijuar mundësi për skedimin e tyre në bazë të temës, autorit, kohës etj., në momorien e server-ave. Lehtësi krijohen dhe me transferimin e materialeve të arkivuar, për t'i shfrytëzuar në çdo moment gjatë transmetimit, ose për përgatitjen e kontributeve të reja.

Tipologjia e transmetimeve shqipfolëse në internet

Në konceptin globalist të “aktivitetit pa atdhe” radiot shqipfolëse në internet e kanë origjinën e tyre të transmetimit nga Shqipëria, Kosova, Maqedonia, Mali i Zi e Lugina e Preshevës, por dhe nga shtetet ku ka përqendrim të emigracionit, si Gjermani, Zvicër, Greqi, Itali, Holandë, Francë, Austri, Suedi, SHBA, Australi, Kanada etj. Fillesat e tyre datojnë në fund të vitit 2004, si iniciativa amatorësh të pasionuar, që eksperimentuan me shërbime audio online. Avangardistët në Holandë, Gjermani dhe Zvicër, ishin nga rradhët e gjeneratës së re të emigrantëve, më shumë në pozita hobiste në aktivitetin e tyre, të magjepsur nga aventura për të zotëruar hapësirat virtuale, me objektiva spontane, pa përvoja të mjaftueshme gazetareske, që reflektohej në një produkt të varfër, thjesht si play-list muzikore shqip, shkarkuar nga gjithëfarë site-sh të njohur dhe të panjohur.

Faza e parë e audiotransmetimeve online, 2004-2005, mund të karakterizohet si periudha eksperimentale, në formatin “një njeri-një radio”, pa skaletë programore, me nivel të ulët të shfrytëzimit të hapësirës për reklama e promocion – elementë që ndikuan në kohëzgjatjen e limituar të aktivitetit, vetëm në pak muaj.

Themelimi i *Radio Emigrantit*, më 20 korrik 2006, shënon një moment të rëndësishëm për webradiot shqipfolëse. Si një iniciativë e ngjizur në SHBA dhe në Francë, *Emigranti*, vijon ende të jetë në transmetim, si një stacion mjaft i frekuentuar i shqiptarëve që jetojnë dhe punojnë jashtë vendlindjes së tyre. “Lindi jashtë Shqipërisë, në emigracion dhe i përgjigjej një nevoje të veçantë të emigrantëve për të dëgjuar shqip, për të folur shqip, për të kontaktuar virtualisht, duke injoruar kufijtë dhe distancat. Emigrantët shqiptarë punojnë e jetojnë në vende të ndryshme të botës, një radio në internet na u duk më e përshtatshme për të arritur te gjithëkush prej tyre. Me një iniciativë radioje në kuptim klasik valor ky mision do të ishte i vështirë, i komplikuar”.⁴

⁴ Xhemil Meço, bashkëthemelues i radios, intervistë online dhënë autorit, 4 shtator 2013.

Për menaxherët e *Emigrantit*, një radio online është interaktive dhe falë përdorimit të teknologjive të reja dhe mediave sociale, mundësohet një komunikim i shpejtë dhe efikas me dëgjuesit. “Arsyeja tjetër pro versionit online lidhet me shpenzimet, që janë më të pakta se në rastin e mbajtjes së një stacioni në versionin klasik, duke e bërë më të lehtë shndërrimin e idesë në realitet, falë mundësive që japin sot teknologjitë e reja të komunikimit”⁵.

Webradio tjetër e njohur është dhe *Radio Pulla*, me bazë në qytetin e Shkodrës, që ka filluar nga transmetimet më 21 nëntor 2010. Risi në përmbytjen e saj ishte prioriteti për organizimin e forumeve me tema sociale, si dhe ndërtimi i një strukture të qëndrueshme me gazetarë dhe bashkëpunëtorë të angazhuar në realizimin e programeve bisedore dhe muzikore. *Tirana Jazz Radio* ka nisur emetimin në internet më 1 prill 2011, duke hyrë në treg si një stacion i profilizuar, dedikuar përformancës së yjeve të jazz-it, ilustruar me tekste të përmbledhura për historinë dhe aktualitetin e këtij zhanri muzikor. Në hapësirën virtuale, në fillim të vitit 2012 për herë të parë u shfaq dhe një fluks webradiosh nga i njëjti stacion. *Radio Club FM* lancoi në internet pesë kanale të saj muzikore: *Club Romancë*, *Club Party*, *Club Disco*, *Club Shqip* dhe *Club Popullore*. Pas vitit 2010 është rritur fluksi i radiove online me përmbytje fetare, sidomos nga Maqedonia, Kosova, Zvicra etj.

Në bazë të një kërkimi në internet ⁶ në datat 22-26 gusht 2014 rezultuan në transmetim 162 webradio shqipfolëse, të dizajnuara me formate të ndryshme aksesit për t’u ndjekur dhe për interaktivitet me stafin. Ajo që ra në sy nga hulumtimi i përmbytjeve të transmetuara ishte fakti se rreth 80% e stacioneve ishin të bazuara tek fondi i këngëve dhe melodive popullore, në të gjitha zhanret e saj, krijime dhe përpunime profesionale ose të komercializuara nga të gjitha trevat.

Programimi i tyre në formatin “play-list” është realizuar duke u mbështetur nga përzgjedhja gjeografike dhe sipas zhanrit muzikor që

⁵ po aty

⁶ Realizuar nga autori në kuadër të procesit të përgatitjes së tezës doktrinale *Radio në pejzazhin mediatik shqiptar. Probleme dhe perspektiva*.

ka bërë stafi, ose sipas kërkesave të bëra online nga ndjekësit e programeve. 34 prej stacioneve shqipfolëse në internet (rreth 20% e totalit) kujdesej dhe për përmbajtje informative, jo shumë të aktualizuar, që pasqyrohej në rubrika të veçanta të website-t, në formën e lajmeve dhe fotove ilustruese. Vetëm 11 webradio përgatisnin dhe edicione informative me folës, por vetëm në formatin lajm, pa aplikuar lloje të tjera, si kronika, raportime terreni, reportazhe, vox-pop-e etj. Ndërkohë që zakonisht mbrëmjeve transmetoheshin drejtpërdrejt programe bisedore me të ftuar, ose bazuar në kontakte telefonike me ndjekësit.

Radiot shqipfolëse në internet janë të grupuara në disa platforma globale të radiove online, që i ndajnë në bazë shtetesh, ose gjuhësh. Për vizitorët ka dhe opsione të shkarkimit të programeve të njohura të dëgjimit të tyre, në rast se kompjuteri ose pajisja digjitale nuk është kompatibël me formatin e transmetimit.

Nëpërmjet futjes në motorët e njohur të kërkimit të fjalëve kyç “radio shqip në internet”, “albanian webradio”, ose me ndonjë kombinim tjetër të togfjalëshit “radio online”, të krijohet mundësia e listave me stacione të shumta, për të cilat nëpërmjet ikonave indentifikuese mëson nëse janë apo jo në gjendje pune në momentin e kontrollit. (Në këto lista përfshihen automatikisht dhe disa radio valore të cilat njëkohësisht ofrojnë dhe shërbime përmbajtjesh online). Veç emrave të stacioneve ke mundësinë për të marrë të saktë adresën e tyre në internet, sikundër për një pjesë jepen dhe info mbi aktivitetin, programet, stafin, kontaktet me editorin etj.

Përfitimi i autorizimit për shërbimit programor audio online

Me miratimin më 4 mars 2013 të ligjit 97/2013, “Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë”, parlamenti saktësoi dhe një rend procedurash për aktivitetin e webradiove, duke futur në lojë Autoritetin e Mediave Audiovizive, AMA, që si institucioni rregullator, duke përpiluar dhe akte nënligjore të ndikonte në këtë hapërsirë relativisht të re të tregut të transmetimeve. Është ende herët për të dhënë vlerësime se sa dhe si kadri ligjor ka ndikuar në fomalizimin e fluksit të radiove online të krijuara më herët, por guida

që duhet të ndjekin pronarët dhe menaxherët e tyre, është në standardet e vendeve të BE-së, si në rastin kur aplikuesit janë me status legal “subjekt fizik” ashtu dhe kur operojnë si “subjekt juridik”.

Roli i AMA-s është pajisja e cilido subjekti të interesuar me një autorizim, që është “Autorizimi i shërbimit të programit online audio, për ofrimin e shërbimit audio”. Për marrjen e këtij autorizimi nuk zhvillohet garë, si në rastin e licencimit, por domosdoshmërisht duhen plotësuar një sërë kërkesash që janë pjesë e paketës së aplikimit, ku përfshihen dhe:

- emërtimi, vendndodhja, vendimi i Qendrës Kombëtare të Regjistrimit, QKR, për përfshirjen në regjistrin e bizneseve;

- dokumente që vërtetojnë të dhëna zyrtare e bankare mbi kapitalin financiar të subjektit aplikues personit juridik apo fizik që bën kërkesën;

- emërtimin e programit dhe të rrjetit ku do të mbështetet;

- objektin dhe karakteristikat e përgjithshme të shërbimit, të dhëna për kohëzgjatjen e programeve dhe territorin që do të mbulojë, si dhe projektin teknik të instalimit dhe shfrytëzimit të aparaturave;

- listën e administratorëve, parashikimet për shpenzimet dhe të ardhurat, origjinën dhe shumën e financimeve të parashikuara për kohëzgjatjen për të cilën kërkohet autorizimi;

- listën emërore të anëtarëve të bordit drejtues (jo më pak se 5 anëtarë) dhe CV-të e tyre;

- përmbajtjen e programeve që do të transmetohen dhe strukturën programore të propozuar për transmetim, të cilat të shprehin qartë pluralizmin në tërësinë e tyre dhe paanësinë e informacionit;

- informacion mbi strukturën e pronësisë së kompanisë dhe aksionerëve të saj;

- dokumentin e depozitimit të garancisë bankare, ngurtësimin e shumës prej 10 përqind të kapitalit të kërkuar.

Sipas procedimit, garancia bankare çngurtësohet në rastet kur subjekti ka filluar ofrimin e shërbimit dhe ka kryer pagesën vjetore. Kur aplikanti nuk fillon ofrimin e shërbimit, si dhe nuk kryen pagesën vjetore, sipas afateve të përcaktuara, garancia konfiskohet nga Autoriteti Rregullator për detyrimin e lindur, ndërkohë që pjesa e mbetur çngurtësohet. Masa e kapitalit të deklaruar nga subjekti

aplikues për shërbime online audio duhet të jetë jo më pak se 5 milion lekë, sipas deklarimit që është depozituar në QKR, ose në bazë të një vërtetimi që ka lëshuar eksperti kontabël.

Të gjitha dokumentet, në origjinal ose të noterizuara, plus deklarimet - që përbëjnë aplikimin për marrjen e autorizimit të shërbimit të programit online audio - shqyrtohen nga AMA, ndërkohë që në këtë fazë të ndërmjetme subjekti aplikues duhet të përgjigjet për çdo pyetje ose sqarim mbi informacionin e dhënë. Ka një afat 30 ditor për shqyrtimin e një aplikimi, nga data e depozitimit me postë ose dorazi te AMA. Nëse nga ky institucion nuk ka përgjigje brenda këtij afati, atëherë autorizimi konsiderohet i miratuar.

Afati kohor për autorizimin e shërbimit online audio është i vlefshëm për 5 vite. Pas kësaj periudhe subjekti nëse dëshiron të vijojë aktivitetin nis procedurat për të rimarrë autorizimin pranë AMA-s. Aktiviteti i një radio online, sipas ligjit 97/2013, është brenda filozofisë së transmetimeve audiovizuale në Shqipëri, duke ruajtur parimet themelore të:

- garantimit të lirisë së shprehjes dhe së të drejtës së informimit;
- ruajtjes së sekretit të burimeve të informacionit;
- respektimit dhe garantimit të së drejtës së ruajtjes së jetës private;
- moslejimit të transmetimeve që nxisin intolerancën ndërmjet shtetasve, që nxisin ose justifikojnë dhunën;
- garantimit të së drejtës së përgjigjes;
- garantimit të së drejtës së autorit dhe të drejtave të tjera të lidhura me të;
- respektimit të fqinjësisë së mirë mes popujve;
- respektimit letrar të gjuhës shqipe.

Përfundime

Hapja e një radio online është zgjidhje që nxitet nga mungesa e frekuencave për transmetimet valore, por dhe si reagim kundër efekteve të krizës ekonomike. Ato janë në sinkroni me zhvillimet teknologjike në industrinë mediatike dhe përhapjen në shkallë të gjerë

të internetit. Prezenca e radios në internet krijon një dimension të ri, pasi audiencia e saj nga lokale bëhet globale.

-Fillesat e webradiove shqipfolëse datojnë në fund të vitit 2004, më shumë si iniciativa amatorësh të pasionuar nga rradhët e gjeneratës së re të emigrantëve, me objektiva spontane, pa përvoja të mjaftueshme gazetareske, që reflektohej në një produkt të varfër, thjesht si play-list muzikore shqip.

-Rreth 80% e stacioneve janë të bazuara tek fondi i këngëve dhe melodive popullore, në të gjitha zhanret e saj, krijime dhe përpunime profesionale ose të komercializuara nga të gjitha trevat. Pjesa tjetër, rreth 20% e totalit kujdeset dhe për përmbajtje informative, jo shumë të aktualizuar, që pasqyrohej në rubrika të veçanta të website-t, në formën e lajmeve dhe fotove ilustruese. Zakonisht mbrëmjeve transmetohen drejtpërdrejt programe bisedore me të ftuar, ose bazuar në kontakte telefonike me ndjekësit.

-Me miratimin më 4 mars 2013 të ligjit 97/2013, "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë", parlamenti ka saktësuar një rend procedurash për aktivitetin e webradiove, duke futur në lojë Autoritetin Rregullator që me përpilimin e akteve nënligjore të ndikojë në këtë hapërsirë relativisht të re të tregut të transmetimeve në Shqipëri.

Literatura:

Balle, Francis. *Mediat & Shoqëritë*. Botimi 15. Tiranë: Papirus, 2011.

Chignell Hugh. *Key Concept in Radio Studies*. London: SAGE Publication Ltd, 2009.

Crook, Tim. *The sound handbook*, UK: Routledge, 2012.

Dominic, Joseph, R. *Dinamika e komunikimit masiv. Media në periudhën digjitale*, Tiranë: UET Press, 2010.

Fleming, Carole. *The Radio Handbook*. Third Edition. UK: Routledge, 2010.

Hendy, David Hendy. *Radio in the global age*. UK: Polity Press, 2000.

Ligji nr 97/2013 "Për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë, Tiranë: Arkivi elektronik i Autoritetit të Mediave Audiovizive, AMA, Tiranë, www.ama.gov.al).

Muka, Arben. *Dinamika e transmetimeve radiofonike në Shqipëri 1938-2013*. Tiranë: Instituti Shqiptar i Medias, 2013.

Muka, Arben. *Radio, Simbioza me internetin*, Tiranë: Instituti Shqiptar i Medias, 2015.