



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 879/1
Podgorica, 21.07.2017. godine

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11 i 06/13), člana 196 Zakona o opštem upravnom postupku („Sl.list CG”, br. 60/03, 73/10 i 32/11), direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Javnom preduzeću „**Radio Televizija Crne Gore**“ iz Podgorice, emiteru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, izriče se **upozorenje**, kao upravno-nadzorna mjera **jer je**:
 - prilikom emitovanja emisije „**Dobro jutro Crna Goro**“ od 6. maja 2017. godine, u terminu od 7:00 do 11:00 sati (segment „**Ukusi jutra**“), emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (što je zbranjeno članom 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11)) i prekršio obavezu da telepromocija, kao vid oglašavanja, mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja (koja je propisana čl. 37 stav 1 i 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), čime je prekršio tač. 7.1. Odobrenja za emitovanje O-TV-J-01 od 25.01.2013.godine.
 - prilikom emitovanja emisija „**Zapis**“ dana 09. maja 2017.g. u terminu od 17:03:55 do 17:38:35 sati, emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (što je zbranjeno član 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), emitovao 14 minuta i 5 sekundi oglasa i telešopinga u jednom satu (što predstavlja kršenje člana 92 Zakona o elektronskim medijima i član 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), omogućio da sponzorisan programi direktno podstiču na kupovinu robe sponzora ili trećih lica, posebnim promotivnim upućivanjima na te proizvode (čime je prekršen član 95 Zakona o elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama), čime je prekršio tač. 7.1. Odobrenja za emitovanje O-TV-J-01 od 25.01.2013.godine.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. kršenja obaveze zabrane emitovanja prikrivenih komercijalnih audiovizuelnih komunikacija (član 85 st. 1 Zakona o elektronskim medijima i član 13 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - b. kršenja obaveze da u jednom satu emitovanja programa javnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 15% (devet minuta) oglasa i telešopinga (član 92 Zakona o elektronskim medijima i član 40 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
 - c. neispunjavanja uslova za sponzorisan programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim promotivnim upućivanjima na te proizvode i usluge u tim programima (član 95 Zakona o

elektronskim medijima i član 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).

- d. kršenja obaveze da telepromocija, kao vid oglašavanja, mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja (član 37 stav 1 53 stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se Javnom preduzeću „Radio Televizija Crne Gore“ iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Javnom preduzeću „Radio Televizija Crne Gore“ je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja objavi u okviru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ u okviru emisija „Zapis“ i „Dobro jutro Crna Goro“.
5. Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.
6. Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.ardcg.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, javnog preduzeća „Radio Televizija Crne Gore“ (u daljem tekstu: javni emiter), uočeno je da je isti emitovao emisije „Zapis“ dana 09. maja 2017.g. u terminu od 17:03:55 do 17:38:35 sati (ukupno trajanje 34 minuta 40 sekundi) i „Dobro jutro Crna Goro“ od 6. do 10. maja 2017. godine (period od subote do srijede), u terminu od 7:00 do 11:00 sati subotom i nedjeljom i od 6:00 do 10:00 sati u periodu od ponedjeljka do srijede.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešće ovih sadržaja u emisijama „Zapis“ i „Dobro jutro Crna Goro“, Agencija za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: Zakon), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: Pravilnik) i izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-01.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 8 Zakona o opštem upravnom postupku, a u cilju utvrđivanja da li je emitovanjem spornih programskih sadržaja došlo do kršenja Zakona, Pravilnika i Odobrenja za emitovanje, Agencija je od javnog emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-879 od 06.06.2017.g.). U ostavljenom roku emiter nije dostavio izjašnjenje.

Prilikom razmatranja da li je emitovanjem predmetnih sadržaja došlo do kršenja propisanih standarda o komercijalnim AVM komunikacijama, Agencija je posebno imala u vidu sljedeće:

- članom 85 st. 1 Zakona i članom 13 st. 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije. Članom 4 Zakona i članom 4 Pravilnika one su definisane kao predstavljanje riječima ili slikama robe, usluga, imena, zaštitnog znaka ili aktivnosti proizvođača roba ili pružaoca usluga u radijskim i/ili TV programima kada je cilj takvog predstavljanja oglašavanje i moglo bi dovesti javnost u zabludu u vezi sa njegovom prirodom. Takvo se predstavljanje naročito smatra namjernim ako je izvršeno u zamjenu za plaćanje ili za sličnu naknadu;
- članom 92 Zakona i članom 40 Pravilnika određeno je da u jednom satu emitovanja programa javnog emitera tokom dana ne smije biti emitovano više od 15% (devet minuta) oglasa i telešopinga;
- sponzorstvo je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva učešće fizičkog ili pravnog lica, koje se ne bavi djelatnošću pružanja AVM usluga, niti proizvodnjom audiovizuelnih radova, u finansiranju radijskih i/ili televizijskih programa, s ciljem da promoviše svoje ime, zaštitni znak, ugled, aktivnosti, proizvode ili usluge (član 8 Zakona).

Članom 95 Zakona i članom 61 Pravilnika je propisano da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim promotivnim upućivanjima na te proizvode i usluge u tim programima.

- plasman proizvoda je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja se sastoji od isticanja unutar programa (uključivanjem ili pominjanjem) nekog proizvoda, usluge ili njihovog trgovinskog znaka, uz određenu finansijsku ili sličnu naknadu (član 8 Zakona). Članom 96 Zakona je propisano da je zabranjen plasman proizvoda, osim u (1) kinematografskim djelima, filmovima i serijama izrađenim za AVM usluge, sportskim programima, zabavnim programima koji ne uključuju programe namijenjene djeci i (2) slučajevima kada nema plaćanja pružaocu AVM usluge, ali određena roba ili usluga, kao što su proizvodni rekviziti i nagrade, pružaju mu se besplatno u cilju njihovog uključivanja u program. Istim članom je propisano da se, u pomenutom smislu, plasmanom proizvoda ili usluga smatra uključivanje u program isključivo robe ili usluge koja ima značajnu vrijednost. Takođe je propisano da programski sadržaji sa plasmanom proizvoda moraju ispunjavati nekoliko uslova, među kojima je i da ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, posebno promotivnim upućivanjem na tu robu ili usluge ili isticanjem proizvoda.
- telepromocija je oblik oglašavanja tokom prenosa programa pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku uredničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga (član 4 Pravilnika). Članom 37 st. 1 i 53 st. 2 Pravilnika propisano je da telepromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

Na osnovu uvida u snimke emitovanih sadržaja, može se konstatovati sljedeće:

- emisija "**Dobro jutro Crna Goro**", tzv. jutarnji program, emituje se svakodnevno, kolažnoga tipa, sadržinski strukturirana po satu, sa vijestima, servisnim informacijama, prilozima o aktuelnostima iz svih oblasti, stalnim rubrikama, gostima u studiju, oglašavanjem itd. Emisija „Dobro jutro Crna Goro“ je sponzorisani program. Na početku i na kraju svake emisije, nakon najavne i prije odjavne špice, na punom ekranu se prikazuje telop na kome u gornjem redu piše: SPONZOR JUTARNJEG PROGRAMA, a ispod je logo Crnogorske Komercijalne Banke. Uz telop, spiker izgovara: SPONZOR JUTARNJEG PROGRAMA CRNOGORSKA KOMERCIJALNA BANKA. Nakon ispisivanja i izgovaranja teksta, natpis i logotip ostaju na ekranu kao stop-kadar. Sve ukupno traje 10 sekundi.
- predmet monitoringa su bile emisije od 6. do 10. maja 2017. godine (period od subote do srijede), na Prvom programu Radio-televizije Crne Gore u terminu od u terminu od 7:00 do 11:00 sati subotom i nedjeljom i od 6:00 do 10:00 sati u periodu od ponedjeljka do srijede. U emisijama emitovanim 6, 7, 8. i 9. maja nije bilo značajnog odstupanja od šeme (formi, sadržaja i obima emitovanja) komercijalnih sadržaja, pa se radi njihove ilustracije u nastavku daje pregled primjera iz emisije od 6. maja koji ukazuju na uočena odstupanja od propisanih standarda.

U trećem satu emisije „Dobro jutro Crna Goro“, od 6. maja 2017.g., emitovan je redovni programski segment sa naslovom „**Ukusi jutra**“, u trajanju od 20 minuta, u kojem kuvarica/voditeljka prikazuje kako se pripremaju pojedina jela. Od početka ovog programskog segmenta, u gornjem lijevom uglu ekrana stoji natpis "Ovaj program sadrži plasman proizvoda", koji se uklanja nakon 20 sekundi prikazivanja.

U toku njegovog trajanja kuvarica/voditeljka, koja cijelo vrijeme govori što trenutno radi i kako se jelo sprema, kaže: "*Prijatelj moje kuhinje je i posuđe Metalac. Za zdravu pripremu hrane tu je Metalac posuđe ...*" itd. U narednih pedesetak sekundi ona govori kakav je asortiman posuđa „Metalac“, koji su uslovi kupovine i si., na ekranu su cijelo vrijeme slike posuđa i ostalih proizvoda, a potom i slike iz prodajnih kataloga, kao u telešopingu. Sve to se odvija bez ikakve grafike na ekranu koja bi ukazivala da se radi o nekoj formi oglašavanja.

U nekoliko navrata, u donjem desnom odnosno lijevom uglu insertovan je logo različitih proizvođača i to „Aleva“ (5 sek.), „Voli“ (9 sek.), „Lipovac“ (9 sek.), odnosno poruka „Sve u čokoladi“ (9 sek.).

Nadalje, u istom satu voditeljka predstavlja i neke proizvode sa riječima: „... na koje smo jako ponosni – fenomenalno suvo voće sa orasima“. Potom predlaže da se sve zasladi čokoladicama, dok je na punom ekranu nekoliko pakovanja tih čokoladica, u originalnom pakovanju. Nakon detaljne pohvale proizvoda, voditeljka zaključuje: „Možete je kupiti u svim Volijevim marketima“. Informacija o slatkišu je trajala 30 sekundi, bez oznake da se radi o oglašavanju (telepromociji).

Odmah u nastavku, dok se čeka da se jelo ispeče, voditeljka nastavlja da daje opcije gledaocima šta mogu da urade ako nemaju vremena da spremne jelo koje je ona pred njima spremila. U tom slučaju ona predlaže posjetu „Voli Kuhinji“ u marketu na Starom aerodromu i u šoping centru Bazar (Podgorica), gdje mogu kupiti jela spremljena „po najboljim receptima“. Potom uz riječi „... dio bogate gastronomske ponude jela...“ u vidu svojevrsnog TV menija, slijedi prikazivanja fotografija jela sa cijenama, u trajanju od 20 sek. Sve to se odvija bez ikakve grafičke ili druge oznake da se radi o oglašavanju (telepromociji).

Nadalje, u trećem satu voditeljka kao toplo predjelo predlaže supu od povrća sa tjesteninom, proizvođača „Aleva“, koju ona drži u ruci, a kamera je zumira i drži na ekranu oko 5 sek. Sve to se odvija bez ikakve oznake da se radi o oglašavanju (telepromociji).

Ovaj segment je „presječen“ oglasnim blokom, sa najavnom i odjavnom špicom, koji traje 30 sek. i u kome se oglašavaju čokoladni proizvodi „Sve u čokoladi“, koji su, inače, promovisani i u samoj emisiji.

Takođe, u istom satu, voditeljka uz jelo predlaže bijelo „Gea“ vino, iz vinarije „Lipovac“. Kuvarica/voditeljka nazdravlja i odlazi, a emisija se nastavlja 55 sek. informacijom o tome kako se pravi „Gea“ vino, šta sadrži itd. Na ekranu nije ni u tom slučaju bilo grafičke niti druge oznake da se radi o oglašavanju (telepromociji).

Na kraju segmenta „Ukusi jutra“, emituje se završni telop na kojem su prikazani sastojci i količine potrebne za pripremu jela, a u čijem gornjem desnom uglu stoji, u trajanju od 20 sek., natpis: „Ovaj program sadrži plasman proizvoda“.

Navedeni djelovi programskog segmenta „Ukusi jutra“ u kojima voditeljka/kuvarica preuzima ulogu promotera određenih proizvoda i/ili proizvođača („Metalac“, „Sve u čokoladi“, „Voli“, „Aleva“, „Lipovac“) predstavljaju telepromociju koja nije učinjena prepoznatljivom na način što će sadržati odgovarajuću oznaku. Ovi djelovi programskog segmenta „Ukusi jutra“ se ne mogu smatrati plasmanom proizvoda, jer predstavljaju direktno podsticanje na kupovinu roba, promotivnim upućivanjem na tu robu i isticanjem proizvoda. Dakle, ovi djelovi sadržaja su morali biti označeni kao oglašavanje u formi telepromocije. S obzirom da nijesu označeni kao takvi, mogu se smatrati prikrivenim oglašavanjem u smislu Zakona i Pravilnika.

- emisija **“Zapis”** je programski sadržaj „... posvećen promociji Crne Gore, tradiciji, prirodnim ljepotama, nacionalnom i geografskom identitetu, predstavljanjem narodnih običaja, kroz dokumentarne forme: posijela – snimanjem narodnih običaja i tradicije, intervju sa neobičnim i autentičnim ljudima, reportaža sa brojnih manifestacija širom Crne Gore i putopisa iz zaboravljenih krajeva...“ (Programsko-produkциони plan Televizije Crne Gore za 2017. godinu, strana 43). Predmet monitoringa je bila emisija emitovana 9. maja 2017. godine na Prvom programu Televizije Crne Gore u terminu od 17:03:55 do 17:38:35 sati (ukupno trajanje 34 minuta 40 sekundi) i posvećena organskoj proizvodnji. Ekipa emisije boravila je u selu Kovčica u Opštini Žabljak, u posjeti porodici Zorana Pavićevića koja svoje proizvode plasira pod robnom markom “Dar Durmitora”.

Nakon najavne i prije odjavne špice emitovano je zvučno i grafičko obavještenje: „Pokrovitelj emisije ‘Zapis’ je ‘IDEA – s Vama kroz život’, a nakon oglasnih poruka u gornjem lijevom uglu podsjećanje da je u pitanju sponzorisani program.

U prvom dijelu emisije u razgovoru sa Z.Pavićevićem bilo je riječi o djelatnostima kojima se bavi ova porodica (stočarstvo, ratarstvo, povrtlarstvo), kao i uslovima pod kojima se obavlja proizvodnja. Iako se u govornom dijelu promovišu generički proizvodi, nema direktnog upućivanja na robnu marku. Govorni dio emisije je u nekoliko navrata pokriven pokretnim slikama na kojima se jasno vidi robna marka „Dar Durmitora“, bez ukazivanja na cijenu ili mogućnosti kupovine ovih proizvoda. Razgovor se završava komentarom voditelja „*Hvala vam puno. Dakle, „Dar Durmitora“ se zove taj njihov brend*“. Ovaj dio emisije nedvosmisleno sadrži određene promotivne elemente brenda „Dar Durmitora“, što i voditelj u nekoliko navrata ističe najavom o „*prezentaciji proizvoda*“. Na postojanje prikrivenog oglašavanja može ukazivati nekoliko elemenata (prisustvo promotivnog elementa, finansijska nadoknada, dovođenje gledalaca u zabludu, namjera), ali je važno sagledati i uređivačku opravdanost predstavljanja robe, usluge, znaka, poslovnog imena ili aktivnosti. U navedenom segmentu programskog sadržaja ne može se nedvosmisleno utvrditi da se radilo o urednički neopravdano predstavljanju proizvoda ili brenda. Ovo naročito imajući u vidu da ne postoji neprimjereno učestalo prikazivanje ili pominjanje proizvoda ili brenda. Razgovor je dominantno usmjeren na izlaganja vezana za opšte uslove proizvodnje organskih proizvoda, tehnologiju i postupak proizvodnje, probleme sa kojima se susrijeće proizvođač, bez ukazivanja na cijenu ili mogućnosti kupovine ovih proizvoda.

Drugi dio emisije počinje najavom voditelja koja je glasila: „*Bili su to ukusi naših krajeva, a sada ćemo pogledati prilog iz serijala 'Ukusi kraja moga', ne zaboravimo IDEA je pokrovitelj emisije 'Zapis', da ovog puta prikazemo hljeb stari sač, odnosno pogaču i bijeli hljeb sa ploče*“. U ovom dijelu prikazan je razgovor sa prehrambenim tehnologom Jelenom Koprivicom i Slavkom Popovićem šefom prodaje „Uniprom“ pekare o načinima pripreme i distribuciji proizvoda hljeba ispod sača. Iz razgovora je jasno da je riječ o proizvodu koji je dio kampanje „Ukusi kraja moga“, na šta neposredno ukazuje Popović i što se vidi na snimcima koji prikazuju postupak stavljanja ambalaže koja nosi oznaku „Hijeb ispod sača“ i logo navedene kampanje. U toku emitovanja priloga, u donjem lijevom uglu prikazan je logo „IDEA - s Vama kroz život“ u trajanju od 11 sekundi.

Nakon priloga iz pekare „Uniprom“, slijedi prezentacija kampanje pod nazivom „Ukusi kraja moga“ od strane direktorice marketinga kompanije Mercator CG (IDEA) Jelene Doderović u trajanju od 1 minut 37 sekundi. Govorna prezentacija je pokrivena reklamnim spotom kampanje, a oznaka da je u pitanju promocija kompanije (telepromocija) istaknuta je svega 10 sekundi u gornjem lijevom uglu. Govorna prezentacija koja je neprimjereno kratko označena kao telepromocija, čime je gledalac mogao biti doveden u zabludu da li je riječ o komercijalnom ili uređivačkom sadržaju.

Emisija se završava odjavom voditelja snimljenoj u pekari „Uniprom“: „*Počeli smo ovu našu emisiju dragi gledaoci na Žabljaku, gdje smo govorili o proizvodnji organske hrane kod Pavićevića i evo završavamo u pekari „Uniprom“ gdje smo promovisali hljebove „Stari sač“ i „Domaći hljeb sa ploče“. Eto u želji da se zdravo hranite, mi vas pozdravljamo. Vidimo se i naredne sedmice sa pričom iz drugog kraja Crne Gore. Gledajte „Zapis“ i javni servis*“. U toku odjave voditelja emisije emitovan je logo „IDEA - s Vama kroz život“ u trajanju od 11 sekundi.

- Drugi dio emisije počinje najavom voditelja kojom se nedvosmisleno dovodi u vezu prikazivanje određenog proizvoda (hljeb „Stari sač“) i sponzora emisije (IDEA), koji je ujedno i realizator / oglašivač kampanje i proizvoda koje plasira pod markom „Ukusi kraja moga“. Saglasno Zakonu sponzor ne smije uticati na sadržaj programa koje sponzorije i ne smije postojati direktno podsticanje na kupovinu ili *posebno promotivno upućivanje* na proizvode sponzora. Dakle, kod sponzorstva promocija sponzora (imena, robe, aktivnosti) je posredna i ograničena samo na identifikaciju, odnosno označavanje sponzora, koje mora biti primjereno. Imajući u vidu navedeno, može se zaključiti da je sponzoru omogućena promocija na način da gledalac ne može jasno utvrditi da li je riječ o uređivačkom ili komercijalnom sadržaju. Cijeneći kao elemente od značaja a) jasan cilj da se neposredno preporuč, odnosno promovise proizvod i b) činjenicu da se dovođenjem u vezu promocije proizvoda i sponzora stiče utisak da je emitovanje sadržaja izvršeno u zamjenu za

nadoknadu, nedvosmisleno se može utvrditi nedozvoljeno promotivno upućivanje na sponzora i njegov proizvod, što je suprotno članu 95 Zakona i članu 61 Pravilnika.

Prilog iz pekare „Uniprom“ i govorna prezentacija direktorice marketinga Mercator CG (IDEA), u ukupnom trajanju od 4:33, spadaju u oglašavanje i uračunavaju se u kvotu za maksimalno učešće oglašavanja i telešopinga u jednom satu. Imajući u vidu da su u tom satu emitovani jedan reklamni blok (47 sek.) i dva spota telešopinga (3 min. 47 sek. i 4 min. 58 sek.) u posmatranom satu emitovano ukupno 14 minuta i 5 sekundi oglasa i telešopinga i na taj način premašena kvota od devet minuta po satu, definisana članom 92 Zakona i članom 40 Pravilnika.

Može se zaključiti da je javni emiter emitovanjem predmetnih sadržaja prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, dozvoljenog trajanja emitovanja oglasa i telešopinga u jednom satu tokom dana, obaveze da telepromocija mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja, kao i da sponzorisani programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu robe ili usluga sponzora ili trećeg lica, naročito posebnim promotivnim upućivanjima na te proizvode u tim programima.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-01 od 25.01.2013. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je javni emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, 92 i Zakona i čl. 13 st. 1, 37 st. 1, 40, 53 st. 2 i 61 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima, donio odluku kojom se javnom emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru programa "Prvi program Televizije Crne Gore" sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Javnom emiteru je naloženo i da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu, u okviru emisija „Zapis“ i „Dobro jutro Crna Goro“.

Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

UPUTSTVO O PRAVNOM SREDSTVU

Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana njegovog dostavljanja.

Dostavljeno:

- Javno preduzeće „Radio Televizija Crne Gore“, generalni direktor
- Arhiva

DIREKTOR
Abaz Bel Džafić

