



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: 02 – 677/3
Podgorica, 05.06.2019. godine

Na osnovu člana 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima ("Sl. list Crne Gore", br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16 i 92/17) i člana 18 Zakona o upravnom postupku ("Sl. list Crne Gore", br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, direktor Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Privrednom društvu „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog, emiteru opšteg televizijskog programa „Novi TV“, izriče se **upozorenje**, kao upravno-nadzorna mjera **zbog kršenja** odredbi člana 85 st. 1, 89 st. 1 i čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 Zakona o elektronskim medijima, čl. 13 st. 1 i 2, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11) i tač. 2.3. i 7.1. Odobrenja za emitovanje br. O - TV - K – 07 od 12.07.2013. godine, prilikom reemitovanja programskog sadržaja „Čašica razgovora“ dana 16. maja 2019. godine u terminu od 09:31:25 do 11:30:06 časova.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a) emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, uz postojanje namjere predstavljanja prikrivenom komercijalnom audiovizuelnom komunikacijom, s obzirom da je emitovanje izvršeno u zamjenu za određenu protivuslugu, što je zabranjeno članom 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 stav 1 i stav 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama;
 - b) kršenja obaveze da telepromocija, kao vid oglašavanja, mora biti lako prepoznatljiva i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojena od ostalih programskih sadržaja, što je predviđeno članom 89 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama;
 - c) kršenja uslova da sponzorisan program ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge, što je propisano članom 95 stav 1 tač. 2 Zakona o elektronskim medijima i članom 61 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama,
 - d) kršenja obaveze da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, na početku, tokom i/ili na kraju programa, što je predviđeno članom 95 st. 1 tač. 4 Zakona o elektronskim medijima i članom 58 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama.
3. Nalaže se privrednom društvu „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Novi TV“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Privredno društvo „Zen Master Production“ d.o.o. iz Herceg Novog dužno je da u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u programu „Novi TV“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tač. 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je emiteru televizijskog programa 'Novi TV' upozorenje, jer je dana 16.05.2019. godine u okviru programskog sadržaja 'Čašica razgovora' emitovao

prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno nije na propisan način označio oglasne sadržaje i sponzora emisije. Pored toga, u emisiji je vršeno direktno podsticanje na kupovinu proizvoda sponzora, što je zabranjeno zakonom."

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.aemcg.org.
7. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Redovnim monitoringom emitovanog televizijskog programa „Novi TV“, privrednog društva „Zen Master Production“ d.o.o. (u daljem tekstu: emiter), konstatovano je da je dana 16. maja 2019. godine u terminu od 09:31:25 do 11:30:06 sati (1 sat 58 minuta 41 sekund), emitovao programski sadržaj „Čašica razgovora“.

Imajući u vidu standarde o komercijalnim AVM komunikacijama i učešće ovih sadržaja u programskom sadržaju „Čašica razgovora“, Agencija je pokrenula postupak za utvrđivanje da li je došlo do kršenja čl. 85 st. 1, čl. 88 i čl. 89 st. 1 Zakona o elektronskim medijima ("Sl.list CG", br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16 i 92/17, u daljem tekstu: "Zakon"), čl. 13 st. 1 i 2 i čl. 37 st. 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama ("Sl. list CG", br. 36/11, u daljem tekstu: "Pravilnik") i tač. 2.3. izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-07.

Saglasno nadležnostima ustanovljenim članom 138 Zakona i članom 112 Zakona o 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 emitera zatražila pisano izjašnjenje (akt br. 02-677/1 od 17.05.2019.g.).

Dana 28.05.2019. godine, emiter je dostavio pisano izjašnjenje povodom navedenog zahtjeva (akt br. 02-677/2 od 28.05.2019.g.), u kom navodi da „... 'Novi TV' nije proizvođač... emisije, već 'Kopernikus TV', a da oni i 'BN televizija' preuzimaju... programski sadržaj. 'Novi TV' taj programski sadržaj preuzima uz obavezu da 'Kopernikus TV' i 'BN TV' preuzimaju njihovu emisiju 'Ljeto na moru' koju realizuju od druge polovine jula mjeseca do sredine septembra mjeseca, kao i njihove priloge tokom godine vezane za turističku privredu... ('Praznik Mimoze' i slične manifestacije iz Boke Kotorske) kao i prisustvo gostiju koje im preporučuje". Emiter dalje navodi da su o „... dopisu Agencije, na koji oni nemaju ni jednu primjedbu, obavjestili 'Kopernikus televiziju' i autore emisije i od njih su dobili odgovor da je 'Voda - Voda' prijatelj emisije 'Uz čašicu razgovora'“.

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

- televizijsko oglašavanje je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva emitovanje bilo kojeg oblika obavještenja, uz određenu naknadu ili radi samopromovisanja, od strane pravnog ili fizičkog lica, a koje ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na određeni proizvod, uslugu, uključujući nepokretnosti, prava, obaveze, odnosno da motiviše potrošače da koriste, odnosno kupe taj proizvod ili uslugu, uz finansijsku naknadu (član 8 stav 1 tačka 14 Zakona).
- prikrivena komercijalna audiovizuelna komunikacija je 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 (član 8 stav 1 tačka 15 Zakona).
- 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 stav 1 tačka 17 Zakona).

- telepromocija je oblik oglašavanja tokom prenosa programna pri čemu se pravi pauza u dotadašnjem toku u edničkog sadržaja, a voditelj preuzima ulogu prezentera određenih proizvoda ili usluga (član 4 st. 1 al. m) Pravilnika).
- zabranjene su prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije (član 85 stav 1 Zakona i član 13 stav 1 Pravilnika).
- komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku radijskog i televizijskog oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda (član 88 Zakona).
- radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja (Član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika).
- sponzorisanе AVМ usluge i programi ne smiju direktno podsticati na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge (Član 95 stav 1 tač. 2 Zakona i član 61 Pravilnika).
- kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao što je upućivanje na njegov/e proizvod/e ili njegovu/njegove uslugu/usluge ili njegov prepoznatljivi znak na primjeren način za programe, na početku, tokom i/ili na kraju programa (Član 95 stav 1 tač. 4 Zakona i član 61 Pravilnika).
- namjera predstavljanja prikrivenim komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama se smatra posebno istaknutom ukoliko je izvršena u zamjenu za novčanu nadoknadu ili sličnu protivuslugu (član 13 stav 2 Pravilnika).

Na osnovu uvida u snimak emitovanog sadržaja, kao i izjašnjenja emitera može se konstatovati sljedeće:

1. Emiter je dana 16. maja 2019. godine reemitovao emisiju „Čašica razgovora" u terminu od 09:31:25 do 11:30:06 sati (1 sat 58 minuta 41 sekund). U pitanju je programski sadržaj TV Kopernikus 1 (K::CN1), iz Srbije.
2. Na početku i tokom emitovanja, na ekranu nije bilo vidljivo grafičko obavještenje da program sadrži komercijalnu AV komunikaciju (plasman proizvoda, plaćeni termin, telepromocija i si.), niti je emitovano obavještenje o postojanju sponzora programskog sadržaja.

Tokom cijelog trajanja emitovanog programskog sadržaja na stolu su bili izloženi flaširani proizvodi „Voda Voda". Na početku je emitovan prilog posvećen organizaciji kolektivnog vjenčanja, koje se svake godine, u mjesecu maju, organizuje u Beogradu.

U 11:16 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Novinarika (OFF): „*Samom razvoju manifestacije je doprineo generalni partner, kompanija „Voda Voda".*

Nakon toga slijedi video izjava predstavnika kompanije (prim. aut. zbog prisutnih krolova i grafičkih insertacija u donjem dijelu ekrana nijesu bili vidljivi podaci o licu), a kao pokrivalice su korišćeni snimci sačinjeni u unutrašnjem dijelu fabrike (proizvodi na proizvodnoj traci), neposredna komunikacija sa posjetiocima, kao i snimci zabilježeni na spoljašnjem dijelu objekta, uz krupno kadriranje natpisa „Voda Voda".

U 11:50 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi video izjava predstavnika kompanije:

Predstavnik kompanije: „*'Voda Voda' zbog svoje, svog izuzetnog mineralnog sastava, odnosno, zbog onoga što su joj Bog i priroda podarili, a isto tako i zbog posebnog dizajna koji je stvorio čovjek osvaja svetska tržišta, ima izuzetno veliki potencijal i na neki pravi način, predstavlja Srbiju u svim tačkama sveta gde se ona nalazi.*

Tokom trajanja video izjave, u 12:26 minutu, emitovan je krupan kadar na kojem predstavnik kompanije, na rukohvatu stolice, drži u ruci flaširani proizvod „Voda Voda".

U 14:06 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Novinarka (OFF): „*Već nekoliko godina kompanija 'Voda Voda' donira kolica za bebe za sve mladence kolektivnog vjenčanja koji očekuju prinove.*”

Kao pokrivalice za navedeni dio teksta korišćeni su snimci sa nekog od ranijih uručenja, prilikom kojeg je u pozadi, na baneru, bilo naznačeno: „Voda Voda” uz slogan „Kao nijedna druga”.

Nakon emitovanog priloga, tema kolektivnog vjenčanja, zakazanog za 19. maj 2019.g., se nastavlja u studiju, kada voditeljka predstavlja gošću, g-đu Jovanu Miložić, PR-a kompanije „Voda Voda”.

Uz prethodno iznešeno zadovoljstvo voditeljke zbog novog dizajna flaširane vode, u 17:10 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Jovana Miložić: „*Nedavno smo radili neko istraživanje gde smo, ovaj, konzumentima dali da isprobaju nekoliko voda, koje su ugrijane na određenoj, sobnoj temperaturi, koja je, zapravo najzdravija da se konzumira, i svi ispitanici su izabrali 'Voda Vodu', odnosno rekli su: 'Jao, pa ova nam je najukusnija!'*”

Nakon razgovora na temu značaja konzumiranja tople vode u ishrani i hidrataciji uslijedio je razgovor koji se odnosio na manifestaciju kolektivnog vjenčanja (početci, uslovi, prijavljivanje, donacija u vidu kolica za bebe i sl.).

Potom je emitovan prilog sa uručenja kolica za bebe od prethodne godine, u okviru kojeg dobitnici izražavaju zahvalnost kompaniji, zatim razgovor sa predstavnikom kompanije g. Vojinom Đorđevićem, tokom kojeg, i riječima i slikom dominira prisustvo promotivnog elementa.

U 41:44 minutu od početka emitovanog programskog sadržaja slijedi:

Voditelj: „*... Živimo u jednom svetu kada takva vrsta brige o sebi, koja, zaista ne košta mnogo, praktično ne košta ništa, može mnogo da im ulepša život, pogotovo ako konzumiraju, ovo sada nije reklama, 'Voda Vodu', jer 'Voda Voda' je nešto više od obične 'Voda Vode', odnosno od vode, znači, lekovita je, ja to smem da kažem, jer to već skoro konzumiramo više meseci, jel' tako?*”

Voditeljka: „*Tako je.*”

Voditelj: „*... I stvarno je blagotvorna u tom smislu, a ne košta puno, ajmo da kažemo i ono što zanima naše gledaoce, možete da nađete onu veliku flašu za nekih 30 i nešto dinara, ako je to puno..., eto.*”

Na samom kraju gostovanja, PR kompanije izražava zahvalnost i drugim kompanijama koji su prepoznali značaj manifestacije kolektivnog vjenčanja: „Mercur” osiguranje, butik vjenčanica „Snežana”, akademija „Purity”, cvjećara „Pahuljica”, poslastičarnica „Anči”. Gostovanje se završava obostranom zahvalnošću na značaju, promociji i prepoznatim vrijednostima, kao i konzumiranjem vode od strane prisutnih lica.

3. Kako emitovani programski sadržaj „Čašica razgovora” nije sadržao oznaku da se radi o sponzorisanom programu, a s obzirom da je u samom programskom sadržaju navedeno da je „... generalni partner, kompanija 'Voda Voda'”, te da je i emiter u svom izjašnjenju naveo da je od „... 'Kopernikus televizije' i autora emisije... dobio odgovor da je 'Voda-Voda' prijatelj emisije 'Uz čašicu razgovora'”, nesporno se može utvrditi da je emiter emitovanjem programskog sadržaja bez adekvatnog označavanja da se radi o sponzorisanom programskom sadržaju prekršio član 95 stav 1 tač. 4 Zakona i član 58 stav 1 Pravilnika, kojima je predviđeno da kada je program sponzorisan u cjelini ili djelimično, mora jasno biti označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, na početku, tokom i/ili na kraju programa.
4. U navedenom programskom sadržaju voditelji daju informacije kojima promotivno upućuju na sponzora i njegov proizvod ističući prednosti pomenute vode, navodeći njenu cijenu i karakteristike, pri tom direktno podstičući gledaoce na kupovinu i konzumaciju isticanjem, po

njihovom mišljenju njenih dobrih svojstava („... pogotovo ako konzumiraju... 'Voda Vodu', jer 'Voda Voda' je nešto više od obične 'Voda Vode', odnosno od vode... lekovita je, ja to smem da kažem, jer to već skoro konzumiramo više meseci... I stvarno je blagotvorna u tom smislu, a ne košta puno, ajmo da kažemo i ono što zanima naše gledaoce, možete da nađete onu veliku flašu za nekih 30 i nešto dinara..."). Takvim promotivnim upućivanjem na navedeni proizvod emiter je prekršio član 95 stav 1 tačka 2 Zakona i čl. 61 Pravilnika, koji zabranjuju da sponzorisane AVM usluge i programi direktno podstiču na kupovinu ili iznajmljivanje robe ili usluga, naročito posebnim promotivnim upućivanjem na tu robu i usluge.

5. U toku emitovanog programskog sadržaja voditelji su preuzeli uloge prezentera proizvoda kompanije „Voda Voda” („...ako konzumiraju... 'Voda Vodu', jer 'Voda Voda' je nešto više od obične 'Voda Vode'... lekovita je, ja to smem da kažem, jer je... konzumiramo više meseci...” te, „... ne košta puno... da kažemo i ono što zanima naše gledaoce, možete da nađete... flašu za nekih 30 i nešto dinara”), a sve to bez ikakve oznake da se radilo o oglašavanju (telepromociji).

6. Postojanje prikrivenog oglašavanja (prisustvo promotivnog elementa u cilju oglašavanja, dovođenje gledalaca u zabludu, finansijska nadoknada) može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:

- da li je kroz opisivanje predstavljen poslovni subjekt i njegovi proizvodi na način da se preporučuje subjekat i njegovi proizvodi uz isticanje prednosti ponude, ili se gledaocu obraća kao potencijalnom potrošaču? U emitovanom prilogu, kompanija „Voda-Voda” je predstavljena na način da se promovise njen proizvod gledaocima kao potrošačima. Prilog sadrži jasne promotivne poruke odgovornog lica kompanije „Voda-Voda”, g-đe Jovane Miložčić, PR-a kompanije („Nedavno smo radili neko istraživanje gde smo... konzumentima dali da isprobaju nekoliko voda, koje su ugrijane na određenoj, sobnoj temperaturi, koja je, zapravo najzdravija da se konzumira i svi ispitanici su izabrali 'Voda Vodu', odnosno rekli su: 'Jao, pa ova nam je najukusnija!"). Predmetni prilog se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za samo ovu kompaniju, kao i prednosti njenog proizvoda na tržištu;

- da li analizirani programski sadržaj može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode? Uvidom u sadržaj može se utvrditi da je gledalac mogao biti doveden u zabludu, a prevashodno zbog načina na koji sadržaj prezentuje ponudu. Prilog direktno promovise kompaniju, njenu podršku manifestaciji kolektivnog vjenčanja, koje se svake godine, u mjesecu maju, organizuje u Beogradu („Već nekoliko godina kompanija 'Voda Voda' donira kolica za bebe za sve mladence kolektivnog vjenčanja koji očekuju prinove...”) i ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na njene prednosti, kroz izjavu predstavnika kompanije („Voda Voda'... zbog svog izuzetnog mineralnog sastava, odnosno, zbog onoga što su joj Bog i priroda podarili... zbog posebnog dizajna koji je stvorio čovjek osvaja svetska tržišta, ima izuzetno veliki potencijal i na neki pravi način, predstavlja Srbiju u svim tačkama sveta gde se ona nalazi...”), ali nije jasno odvojen od programskog sadržaja tokom kojeg je emitovan i prepoznatljiv kao oglasni sadržaj;

- iz sadržine priloga se utvrđuje da prilog ima dominantno promotivan karakter, naročito jer su korišćeni kadrovi iz fabrike kompanije „Voda Voda” uz krupno kadriranje natpisa „Voda Voda” na spoljašnjem dijelu fabrike. Takođe u 12:26 minutu emitovanog programskog sadržaja emitovan je krupan kadar na kojem predstavnik kompanije, drži u ruci flaširani proizvod „Voda Voda”, dok je u 14:06 minutu od početka emitovanja kao pokrivalica korišćen snimak sa nekog od ranijih uručivanja kolica za bebe koje kompanija „Voda Voda” donira svim učesnicima kolektivnog vjenčanja koji očekuju prinove, prilikom kojeg je u pozadini, na baneru, bilo naznačeno: „Voda Voda” uz slogan kompanije „Kao nijedna druga”.

7. Predstavljanje flaširane vode, kao proizvoda kompanije „Voda Voda”, u predmetnom programskom sadržaju, izvršeno je u zamjenu za protivuslugu što potvrđuje pisano izjašnjenje emitera. Emiter je u svom izjašnjenju istakao da „Novi TV’... emisiju preuzima uz obavezu da 'Kopernikus TV' i 'BN TV' preuzimaju njihovu emisiju 'Ljeto na moru' koju realizuju od druge

polovine jula mjeseca do sredine septembra mjeseca, kao i njihove priloge tokom godine vezano za turističku privredu... ('Praznik Mimoze' i slične manifestacije iz Boke Kotorske), kao i prisustvo gostiju koje im oni preporučuju", iz čega se može zaključiti da je emiter bio svjestan da reemitovanjem navedenog programskog sadržaja krši standarde o komercijalnim AVM komunikacijama uz postojanje namjere da dovede gledaoce u zabludu u vezi sa prirodom samog programskog sadržaja. Emiter se ne može osloboditi odgovornosti zbog činjenice da se radi o reemitovanom programskom sadržaju, niti da su reemitovali predmetni programski sadržaj jer su „... na pragu nove turističke sezone i da je to u interesu ne samo njihove... televizije, već i crnogorskog turističkog proizvoda...”, s obzirom da su emitovanjem navedenog programskog sadržaja prekrše standardi o komercijalnim AVM komunikacijama.

Imajući u vidu navedeno, može se utvrditi postojanje namjere prikrivenog oglašavanja posebno imajući u vidu da je isto izvršeno u zamjenu za određenu protivuslugu (član 13 stav 2 Pravilnika).

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-K-07 od 12.07.2013. godine emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da je emiter emitovanjem predmetnog programskog sadržaja prekršio čl. 85 st. 1, čl. 89 st. 1 i čl. 95 st. 1 tač. 2 i tač. 4 Zakona, čl. 13. st. 1 i 2, čl. 37 st. 1, čl. 58 st. 1 i čl. 61 Pravilnika i tač. 2.3. i 7.1. Odobrenja za emitovanje br. O-TV-K-07 u dijelu zabrane emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije i obaveze da telepromocija bude jasno prepoznatljiva, obaveze da kada je programski sadržaj sponzorisan u cjelini ili djelimično, bude jasno označen imenom, logotipom i/ili drugim simbolom sponzora, kao i zabrane direktnog podsticanja na kupovinu proizvoda sponzora programa posebnim promotivnim upućivanjem na taj proizvod.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktor Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru televizijskog programa „Novi TV” sa standardima definisanim u Zakonu, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.

Emiteru je naloženo da u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima izrečenu mjeru upozorenja objavi u svom programu.

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:

- Privredno društvo „Zen Master Production” d.o.o.
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Arhiva

