



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

Broj: UP P 02-043/24-12/4
Podgorica, 01.04.2024. godine

Na osnovu člana 40 i 144 Zakona o elektronskim medijima („Sl. list Crne Gore“, br. 46/10, 40/11, 53/11, 06/13, 55/16, 92/17 i 82/20) i člana 18 i 116 Zakona o upravnom postupku („Sl. list Crne Gore“, br. 56/14, 20/15, 40/16 i 37/17), postupajući po službenoj dužnosti, a povodom anonimnog prigovora (akt zaveden kod Agencije za elektronske medije pod br. UP P 02-043/24-12 od 02.03.2024. godine), direktorica Agencije za elektronske medije donosi

RJEŠENJE

1. Javnom preduzeću „Radio i Televizija Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice, javnom emiteru opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“, izriče se upozorenje kao upravno-nadzorna mjera jer je dana 02. marta 2024. godine, u periodu od 07:32:11 do 07:40:43 sati (8 minuta 32 sekunde), tokom emitovanja segmenta emisije „Dobro jutro Crna Goro“:
 - a. emitovao prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije,
 - b. propustio da telepromociju, kao vid oglašavanja, učini lako prepoznatljivom i vizuelno odvojenom od ostalog programskog sadržaja.
2. Upozorenje iz tačke 1 ovog Rješenja se izriče zbog:
 - a. emitovanja prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, što je zabranjeno članom 85 stav 1 Zakona o elektronskim medijima i članom 13 stav 1 i 2 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama („Sl. list Crne Gore“, br. 36/11),
 - b. emitovanja komercijalne audiovizuelne komunikacije, odnosno telepromocije, kao vida oglašavanja, koja nije prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja (član 89 Zakona o elektronskim medijima i član 37 stav 1 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama).
3. Nalaže se javnom preduzeću „Radio i Televizija Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice, da usaglasi emitovanje programskih sadržaja u okviru tevizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ sa standardima definisanim u Zakonu o elektronskim medijima, podzakonskim aktima Agencije i izdatom Odobrenju za emitovanje.
4. Javno preduzeće „Radio i Televizija Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice je dužno da, u skladu sa članom 140 stav 3 Zakona o elektronskim medijima, u okviru televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ i jutarnjeg programa „Dobro jutro Crna Goro“, objavi informaciju o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog rješenja koja glasi:

„Agencija za elektronske medije izrekla je javnom nacionalnom emiteru opšteg televizijskog programa 'Prvi program Televizije Crne Gore' upozorenje zbog emitovanja prikrivenog oglašavanja i telepromocije koja nije bila prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalog programskog sadržaja, u okviru jutarnjeg programa 'Dobro jutro Crna Goro', dana 02. marta 2024. godine“.
5. Javno preduzeće „Radio i Televizija Crne Gore“ iz Podgorice je dužno da, u pisanoj formi, obavijesti Agenciju za elektronske medije o načinu (datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri iz tačke 1 ovog Rješenja, u pisanoj formi, u roku od 24 časa od objavljivanja.
6. Protiv ovog rješenja može se podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije u roku od 15 dana od dana dostavljanja rješenja.

7. Ovo rješenje će se objaviti na veb sajtu Agencije za elektronske medije www.aemcg.org.
8. Ovo rješenje stupa na snagu danom donošenja.

O b r a z l o ž e n j e

Dana 02. marta 2024. godine, Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: „Agencija“) dostavljen je prigovor na rad Javnog preduzeća „Radio i Televizija Crne Gore“ d.o.o. iz Podgorice (u daljem tekstu: emiter), kao javnog emitera opšteg televizijskog programa „Prvi program Televizije Crne Gore“ (akt zaveden kod Agencije pod br. UP P 02-043/24-12 od 02.03.2024. godine).

Podnosilac prigovora ističe da je emiter „*tokom jutarnjeg programa prekršio zakon emitujući prikriveno oglašavanje, na način što je promovisao usluge privatne kompanije Carine*“, kao i, kako se navodi, „*emitujući reportažu hotela navedene kompanije sa promocijom usluga uz izjavu vlasnika i direktora kompanije gospodina Popovića kao i prisutnih gostiju*“.

Postupajući po osnovu navoda iz prigovora, Sektor za nadzor nad radom pružalaca AVM usluga Agencije izvršio je uvid u snimak emitovanog programskog sadržaja i sačinio nalaz (akt broj UP P 04-043/24-12/1 od 06.03.2024. godine).

Agencija je dana 12. marta 2024. godine, pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti zbog kršenja Zakona o elektronskim medijima (u daljem tekstu: „Zakon“), Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama (u daljem tekstu: „Pravilnik“) i izdatog Odobrenja za emitovanje broj O-TV-J-01 i uputila je tim povodom emiteru zahtjev za izjašnjenje (akt broj UP P 02-043/24-12/2 od 12.03.2024. godine).

Dana 22.03.2024. godine, emiter je dostavio Izjašnjenje (akt zaveden kod Agencije pod br. UP P 02-043/24-12/3 od 22.03.2024. godine) u kome je naveo:

- „*kako se radi o prilogu iz emisije 'Zemlja priča' koja se specijalizovano bavi turizmom, gledaoci moraju dobiti turističku priču koja nudi odgovore na brojna pitanja i probleme koje ima naš turistički proizvod... u tim emisijama predstavljamo ono što je novo u našoj ponudi, ukazujemo na dobre i loše strane našeg turizma, kao i aktivnosti nadležnog ministarstva i Nacionalne turističke organizacije, što je i zadatak svakog Javnog servisa*“;
- da je u pitanju „*prvi hotelski kompleks u Crnoj Gori koji je počeo da ostvaruje punu sezonu*“;
- „*gorući problem crnogorskog turizma nakon korone ... je nedostatak radne snage, ...sezona kratka i plate radnicima obezbjeđuje turistički poslodavac svega 3 mjeseca*“;
- „*glavna poruka iz priloga!!! Menadžment je, za razliku od drugih, radnike zaposlio za stalno, skoro svi što rade su iz matične opštine HN i još direktor kaže javno 'plata sobarice je 900 eura*“;
- „*kritički stav da se decenijama ne radi na zaobilaznicama i upozorenje sagovornika da im gosti iskazuju ogromno nezadovoljstvo, jer im je avio let kraći od puta sa Čilipa do Herceg Novog*“;
- „*snimci i panorama su bili ciljano ograničeni kako bi izbjegli sve natpise u krupnom planu koji postoje na spoljašnjem izgledu*“, a „*snimak razgovora gdje se vidi recepcija i naziv hotela, pojavljuje se povremeno*“;
- da se susreću sa „*često tendencioznim i sasvim ličnim prigovorima na pojedine emisije na (njegovim) kanalima*“;
- „*kako je ranije bila ustaljena snimateljska ekipa turizma, znali su sva pravila na koja (su) im skrenuli pažnju. Naime, pokušavaju da nađu balans između turističke emisije i strogih pravila koja su u potpunosti prilagođena privatnim medijima a ne javnom servisu.*“ Takođe ukazuje da je „*nedavno ... odlučeno da se snimatelji češće mijenjaju, pa se u nizu snimatelja zaboravi sve to tokom snimanja*“.

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

- oglašavanje je komercijalna audiovizuelna komunikacija koja podrazumijeva emitovanje bilo kog 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 ili uslugu, uključujući nepokretnosti, prava, obaveze, odnosno da motiviše potrošače da koriste, odnosno kupe taj proizvod ili uslugu, uz finansijsku naknadu (član 8 stav 1 tač. 14 Zakona i član 4 stav 1 tačka b Pravilnika).
- 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 15 Zakona i član 13 stav 2 Pravilnika).
- 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 stav 1 tačka m) Pravilnika).
- članom 85 stav 1 Zakona i članom 13 stav 1 Pravilnika zabranjene su prikrivene i prevarne komercijalne audiovizuelne komunikacije.
- članom 88 Zakona predviđeno je da komercijalna audiovizuelna komunikacija mora biti jasno prepoznatljiva i može biti u obliku: televizijskog i radijskog oglašavanja, telešopinga, sponzorstva i plasmana proizvoda.
- član 89 stav 1 Zakona i član 37 stav 1 Pravilnika predviđaju da radijsko i televizijsko oglašavanje i telešoping moraju biti lako prepoznatljivi i audio, vizuelno i/ili prostorno odvojeni od ostalih programskih sadržaja.

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

1. Emiter je dana 02. marta 2024. godine, u periodu od 07:00:02 do 10:01:00 sati (3 sata 58 sekundi) emitovao jutarnji program „*Dobro jutro Crna Gora*“ i u okviru istog, u periodu od 07:32:11 do 07:40:43 sati (8 minuta 32 sekunde) prilog opisan u tački 2.
2. **Voditeljka:** „*E sada malo o sezoni i turističkim izazovima. Iako godinama govorimo o potrebi produženja sezone, u praksi to ne postižemo.*“

Voditelj: „*Trenutno, većina hotela je zatvorena, a još se raspravlja o plažama. Radna snaga nam odlazi u Hrvatsku, a sezona nam je, naravno, na pragu.*“

Voditeljka: „*Da to nije nedostižno uvjerila se ekipa 'Zemlje priča'. U hotelima u Kumboru sezona traje od februara do decembra uz povoljne cijene.*“

Voditelj: „*Osam stotina soba je već sada puno. Interesovanje je i mnogo veći uz pitanje da li smo za to spremni?*“

Novinarski tekst (OFF): „*Dok se ovih dana raspravlja o zakupu plaža mnogi upozoravaju i da je to kasno i da će kasniti sezona. Međutim, ima onih kojima je predsezona već uveliko krenula. Hoteli kompanije 'Carine' puni su stranaca koji su oduševljeni lijepim vremenom nakon dugih kišnih dana u njihovim zemljama.*“

Kao pokrivalice za navedeni novinarski tekst korišćeni su panoramski kadrovi hotelskog kompleksa „Carine Hotel Kumbor Superior“, uključujući plažu i baštu hotela.

U nastavku su emitovane izjave gostiju hotela (prim.aut.1. sagovornici nijesu potpisani) o utiscima boravka u Crnoj Gori.

Gost: „*Mi smo iz Engleske. Prvi put sam u Crnoj Gori. Sviđa mi se ovo mjesto. Oduševljen sam istorijom Vaše države i još smo zatekli prelijepo vrijeme, sve je kako treba. Preporučiću*“

i prijateljima da ovo posjete ove ili iduće godine. Divno je. Šalju nam snimke, puno kiše, a ovdje sunčano nebo. Ljubomorni su na nas."

Gošća: *„Ovo je predivan hotel i izvrsna je usluga. Crna Gora je sjajna zemlja. Sada je popularna. Ljudi su posebno prijateljski raspoloženi i čisto je. Imali smo sreće i sa vremenom, moramo to reći, zaista je lijepo. Ovo je ugodan odmor i rado ćemo se vratiti."*

U nastavku je emitovana izjava g. Čeda Popovića (prim.aut.2. sagovornik potpisan kao Čedo Popović, direktor Kompanije) zabilježena u holu hotelskog kompleksa.

Čedo Popović: *„Zaista to nije ni ova prva godina, nego i prošle godine se dešavalo slično ili, da kažem, potpuno isto. Znači, to su naši, već da kažem, stari tur-operatori koji dolaze u predsezoni. Uglavnom su to gosti, Njemci, Englezi, Francuzi. Znači, kao što vidite, negdje otprilike poslije 15. februara to je ta klijentela, da kažem, starija grupacija koja dolazi i oni budu negdje do 15. maja. Znači, to je taj dio predsezone koja izvanredno dobro dođu, da kažem, do popunjenosti, a onda, takođe, na kraj sezone negdje od kraja oktobra pa do 10. decembra, takođe, popunjavam naše hotele. Znači, mi ovde imamo negde oko osamsto soba. 'Delfin' je otvoren prije pet-šest dana, 'Kumbor' je prekjuče, do prvog, odnosno dvadeset devetog otvaramo i 'Park', tako da, u suštini, će biti sva tri hotela puna."*

Novinarski tekst (OFF): *„U turizmu se obično kaže - najgora je prazna soba. Ali da bi imali sezonu od februara do decembra morate imati sve preduslove za to, posebno radnu snagu koja je glavni problem minulih godina."*

Nakon novinarskog teksta emitovan je nastavak izjave, direktora Kompanije g. Čeda Popovića.

Čedo Popović: *„Mi zaista pokušavamo ovdje da napravimo jednu situaciju koja je, po meni, vrlo dobra, jer pogotovo što znate da stalno kuburimo sa radnm snagom i ako bi ja negdje rekao da mi imamo grupu građana na birou koja neće da radi, a stalno pričamo o nezaposlenosti. Mi smo, zaista, ovdje postigli nešto sa čime sam ja maksimalno zadovoljan u Herceg Novom. Nama je 99% ljudi iz Herceg Novog. I to su ljudi koji su zaposleni stalno i primaju redovno platu svih dvanaest mjeseci. To je vrlo bitno, znate, svako živi od toga i zato kažem da nama ova klijentela koja je, zaista, sa nižom cijenom, ali dobro dođe da, da popuni taj dio i da mi funkcionišemo ono, što bi naš narod rekao, kako treba."*

Novinarka: *„Vidimo da se svi hotelijeri i svi ugostiteljski radnici na crnogorskom primorju u Crnoj Gori žale da nam radnici odoše za Hrvatsku. Šta bi to Vi poručili da urade oni, pa da nam ne odu svi za Hrvatsku?"*

Čedo Popović: *„Svako ide đe mu je bolje. Ali, u svakom slučaju, ja sam to negdje i ranije govorio moramo se mi odreći sad i negdje naših marži, pa da podignemo to i da ti ljudi, ja Vam kažem, znači, kod nas, evo, ove godine ima sigurno deset ljudi koji su išli u Hrvatsku, a koji su ovdje sad ostali. Ipak dvanaest mjeseci ako neko prima platu, ako je ta plata ipak, ja mogu slobodno da kažem da danas samo sobarica ima devesto eura platu ili hiljadu. Znači, slobodno, evo ja da kažem, znači, i to nema jedan mjesec, nego ima to jedanaest mjeseci, ima plaćen, takođe, i prevoz, ima topli obrok, ima slobodan dan, prema tome, ovdje je sad situacija još dobra, da kažem, što recimo kod nas se dešava izreda, radi muž, supruga, dijete zapošljavamo svakoga, ko god ima, uvijek mu izlazimo u susret."*

Novinarski tekst (OFF): *„Prošla godina je u ovoj kompaniji pokazala da je interesovanje starije populacije za našu zemlju veliko, ali i da mi nijesmo baš spremni da ih dočekamo i konačno učinimo sezonu dužom. Kada su popunili preko osam stotina soba, tražili su hotele sa unutrašnjim bazenima kako bi smjestili višak gostiju. Ta normalna sitnica bila je problem."*

Nakon novinarskog teksta emitovan je nastavak izjave, direktora Kompanije g. Čeda Popovića.

Čedo Popović: *„Izuzetno malo hotela u Crnoj Gori ima, ovaj, unutrašnji bazen. Zamislite 'Budvanska rivijera' velika, da ima, ja mislim, samo jedan unutrašnji bazen. Zbog svega toga, znači, ne možemo očekivati, u ovom periodu, da ljudi dolaze bez, bez pravih sadržaja i bez*

svega toga. Ipak su ovo ljudi sa zapada koji dođu, prema tome, siguran sam da bi popunjenosti bilo više, odnosno da bi moglo sigurno da bude više, evo, uzgred da kažem, mi sigurno, mi krećemo, bi trebalo da krenemo jednom projektu velikom, znači, skoro hotel sa nekih skoro osamsto soba, sigurno da ne idemo napamet, nego sigurno da ovi turooperatori i ostali traže još dodatni broj soba. Mi smo i ove godine, mi smo i prošle godine 'Budvansku rivijeru' punili. Mi smo, takođe, i ove godine uzeli nešto soba u Petrovcu i u Budvi. Znači, znači ima prostora ko želi da radi."

U nastavku je emitovana izjava sagovornika (prim.aut.3. sagovornik nije potpisan).

Sagovornik: *„Gosti dolaze na ture, na balkanske ture. Prvo idu u Hrvatsku, onda obilaze Bosnu i Hercegovinu. Te ekskurzije su ovako kulturnog karaktera, znači, posjećuju se istorijske znamenitosti i onda, posle toga, se dolazi u Crnu Goru. Meni se sviđa u Crnoj Gori. Većina gostiju je prvi put ovdje. Srećni su zato što ih je sačekalo lijepo vrijeme. Zemlja je mala, ali im se jako sviđa, kao i meni, tako da imamo dovoljno vremena za obilazak svih gradova, većine gradova i zadovoljni smo."*

Novinarski tekst (OFF): *„I dalje nas gosti upozoravaju na velike gužve tokom špica sezone. Njihovo vrijeme je dragocjeno i ne žele da odmor provode u vožnji koja je duža od leta sa kojim su stigli u Crnu Goru."*

U nastavku je emitovana izjava, direktora Kompanije g. Čeda Popovića.

Čedo Popović: *„Imamo najbolji primjer ovdje do Dubrovnika, gdje nam je nekih dvadesetak kilometara, znate, koliko nam gosti putuju, po pet-šest sati. Ja sam nekad govorio, pa više, ovaj, do dvije udovice, bi proširio taj put do, do, do, do Ćilipa, a mi smo ovdje, pogotovo Herceg Novi, naslonjen, najbolja destinacija koja može, znači, mi smo predgrađe Dubrovnika. Što se tiče ovoga ostalog Vi znate, ne treba nikome pričati, šta je Tivat, šta su zakrčenja Budve, šta je svega toga, Evo, nešto se kreće, pusta sreća da je davno aerodrom Tivat koji je, zaista moram reći, jedno zastiđe kad pogledate da sve ti... neko tamo i šta se dešava. Nama dosta gostiju tamo dolazi, znači, jednostavno neke... negdje u nekim segmentima smo kao u prvobitnoj zajednici."*

Novinarka: *„Hoće li nešto ova cesta koja je najavljena, što je krenulo da se radi pomoći?"*

Čedo Popović: *„Pa evo ovaj dio je sad krenuo, ovo što vidimo Budva, ovaj, Tivat zavisi šta je, jel' ako je ne povežu preko, preko Markovića, ako to ne bude i to će biti usko grlo, znači, imaćemo jedan prostor brzo, onda dođemo na ulaz u Budvu, dođemo u Tivat, ali u svakom slučaju, svaki put i to su stariji govorili – gdje se god radi, dobro je da se radi."*

Nakon izjave g. Čeda Popovića, emitovana je izjava gosta hotelskog kompleksa (prim.aut. 4. sagovornik nije potpisan).

Gost: *„Vrijeme je fantastično. U Engleskoj, naravno, kao što znamo, nije slučaj sa vremenom takav. Oduševljeni su planinama i morem koje su jedno do drugog, maltene i potpuno je drugačije ovdje i u Engleskoj, naravno. Tamo ima puno kiše, ovdje, evo, kao što vidimo u februaru jako lijepo vrijeme, tako da sve im je kako treba."*

Veći dio priloga činio je razgovor sa g. Čedom Popovićem vođen u holu hotelskog kompleksa, a neposredno ispred recepcije hotela, tako da se, u pozadini, mogao vidjeti natpis „KUMBOR". Takođe su, kao pokrivalice, korišćeni kadrovi zabilježeni u bašti hotela, restoranskom dijelu, spa centaru i bazenu, bez prikaza logoa i drugih obilježja hotela.

Tokom trajanja priloga nije bilo obavještenja o postojanju komercijalne AV komunikacije (plaćeni termin, telepromocija i sl.).

3. Ne dovodeći u pitanje pravo emitera da, u formi priloga u okviru specijalizovane emisije posvećene turizmu ili u okviru jutarnjeg programa, ukaže na pozitivne i negativne strane turističke ponude, izazove i moguća rješenja za njeno unapređenje, kao i utiske turista i turističkih privrednika, predmetni segment emisije se nedvosmisleno može smatrati oglašavanjem, odnosno telepromocijom u toku emisije/programa, jer u njemu značajnu ulogu imaju informacije od značaja za promociju samo određenog privrednog subjekta

(kompleks „Carine Hotel Kumbor Superior“), odnosno njegovog poslovanja, rezultata, kvaliteta ponude i uslova zapošljavanja. Saglasno tome, trebao je da bude označen kao telepromocija.

4. Izostankom označavanja kao oglasnog sadržaja, emiter je omogućio prikriveno oglašavanje, koje se može se sagledati na osnovu nekoliko elemenata, i to:
 - prisustvo promotivnih elemenata koji su direktno vezani za usluge, realizovane ili planiranirane aktivnosti u kompleksu (pohvale gostiju, isticanje kapaciteta kompleksa, podataka o otvaranju hotela u okviru kompleksa, prednosti uslova za zapošljavanje u kompleksu“), na način da se promoviše privredni subjekt, a gledaocu se obraća kao potencijalnom posjetiocu / gostu / zaposlenom. Uz predočavanje informacija o njemu („*U hotelima u Kumboru sezona traje od februara do decembra uz povoljne cijene*“, „*mi ovde imamo negde oko osamsto soba*“, „*Izuzetno malo hotela u Crnoj Gori ima, ovaj, unutrašnji bazen*“, „*Mi smo, zaista, ovdje postigli nešto sa čime sam ja maksimalno zadovoljan u Herceg Novom. Nama je 99% ljudi iz Herceg Novog. I to su ljudi koji su zaposleni stalno i primaju redovno platu svih dvanaest mjeseci*“...), vrši se direktna promocija ponude, „*povoljnih*“ cijena turističkih usluga i kapaciteta kompleksa „Carine Hotel Kumbor Superior“, što ima za cilj da predstavi i skrene pažnju na njegove prednosti kao destinacije za odmor ali i poslodavca.
 - Ponuda i prednosti kompleksa (hotela) su predstavljeni kroz najavu voditeljke emisije „Dobro jutro Crna Goro“ („*U hotelima u Kumboru sezona traje od februara do decembra uz povoljne cijene*“), kroz uvod priloga („*Hoteli kompanije 'Carine' puni su stranaca koji su oduševljeni lijepim vremenom nakon dugih kišnih dana u njihovim zemljama*“), uz posebno kadriranje recepcije hotela tokom cijelog razgovora sa predstavnikom kompleksa „Carine Hotel Kumbor Superior“ g. Čedom Popovićem.
 - predmetni segment programskog sadržaja može dovesti u zabludu gledaoca, u pogledu svoje stvarne prirode, odnosno pogodan je da ga uvjeri da je riječ o sadržaju koji nije komercijalne prirode. Takvo dovođenje u zabludu prevashodno je moguće zbog načina na koji se u emisiji prezentuje hotelski kompleks, u formi razgovora (intervjua) o izazovima i rješenjima za unapređenje turističke ponude Crne Gore.
5. Emiter opravdano navodi da je upravo predstavljanjem konkretnih primjera moguće ukazati i promovisati dobru poslovnu praksu ili skrenuti pažnju na probleme čije rješenja zahtijevaju reagovanje i realizovanje blagovremenih i održivih rješenja na nivou privrede ili društva ali i pojedinih privrednih subjekata. Takođe osnovano ukazuje na obavezu nacionalnog javnog emitera da javnost upozna sa različitim aspektima turističke ponude i privređivanja u ovoj važnoj grani crnogorske privrede, te predstavi različita pozitivna dostignuća. Ipak, nijesu osnovani navodi i očekivanja da za javne emitere treba „donijeti nova pravila“ kad je riječ o oglašavanju. Jer, bez obzira na karakter emitera (javni, komercijalni ili neprofitni) ili izvore njihovog (dominantnog) finansiranja, za sve njih važi zakonom propisana zabrana prikrivenog oglašavanja.
6. Ne dovodeći u pitanje značaj izvještavanja o događajima, pojavama ili pitanjima od interesa za javnosti, na koje ukazuje emiter u izjašnjenju („*problem crnogorskog turizma ... nedostatak radne snage*“, „*... blokada saobraćaja tokom špica sezone*“, nema dovoljno hotela sa unutrašnjim bazenima, nema kapaciteta ili interesovanja privrednika da osmisle i stvore uslove za produžavanje turističke sezone), ne može se zanemariti obaveza emitera da jasno odvoji urednički od oglasnog sadržaja i oglasne sadržaje učini jasno prepoznatljivima (tako što će ih označiti kao telepromociju). U konkretnom slučaju, segmenti emisije u kojima se ističu prednosti ili preporučuje hotelski kompleks „Carine Hotel Kumbor Superior“, trebalo je da bude označen kao telepromocija. Izostankom takvog označavanja, omogućeno je prikriveno oglašavanje.

Emitovanjem predmetnog sadržaja emiter je prekršio standarde o komercijalnim AVM komunikacijama u dijelu zabrane prikrivene komercijalne audiovizuelne komunikacije, kao i obaveze da telepromocija (kao vid komercijalne audiovizuelne komunikacije) mora biti lako prepoznatljiva i vizuelno odvojena od ostalih programskih sadržaja.

Na osnovu navedenog, a uvažavajući činjenicu da je saglasno tački 7.1 izdatog Odobrenja za emitovanje O-TV-J-1 emiter odgovoran za sve objavljene sadržaje, može se utvrditi da emiter objavljivanjem programskog sadržaja prekršio član 85 stav 1 i član 89 Zakona i član 13 stav 1 i član 37 st. 1 Pravilnika.

Nakon sprovedenog postupka i uz uvažavanje svih relevantnih činjenica, direktorica Agencije je, saglasno čl. 140 i 141 Zakona o elektronskim medijima, donio odluku kojom se emiteru izriče upravno-nadzorna mjera upozorenja i nalaže da, u skladu sa čl. 140 stav 3 Zakona, informaciju o izrečenoj mjeri objavi u svom programu, kao i da u pisanoj formi obavijesti Agenciju o načinu (sadržaj, datum i vrijeme) objavljivanja informacije o izrečenoj mjeri.

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 i Televizija Crne Gore”, generalni direktor
- Javno preduzeće „Radio i Televizija Crne Gore”, direktor Televizije Crne Gore
- Savjet Agencije za elektronske medije
- Sektor za nadzor nad radom pružalaca AVM usluga
- Sektor za pravne i ekonomske poslove
- Služba za informaciono-komunikacione tehnologije
- Služba za zajedničke poslove

Pripremila: Zorica Popović

Odobrila: Jadranka Vojvodić 