**KOMUNIKIMET AUDIOVIZUELE KOMERCIALE (REKLAMIMI, TELESHOPINGU, SPONSORISIMI, PLASMANI I PRODHIMEVE)**

1. **SI NDAHEN KOMUNIKIMET KOMERCIALE NGA PROGRAMI TJETËR?**

Reklamimi dhe teleshopingu duhet të dallohen qartë dhe të ndahen nga pjesët tjera të programit. Për të mos u penguar përdorimi i teknikave të reja reklamuese, përveç me mjete optike dhe/ose zanore, reklamimi dhe teleshopingu mund të ndahen nga pjesët tjera të programit edhe me mjete tjera hapësinore.

1. **A KA KUFIZIME TJERA OSE A ËSHTË E LEJUAR QË TË REKLAMOHET GJITHÇKA?**

Ligji parasheh kufizime dhe ndalesa të caktuara për emetim të komunikimeve audiovizuele komerciale. Në këtë drejtim, komunikimet audiovizuele komerciale nuk guxojnë:

* Ta vejnë në pikëpyetje respektimin e dinjitetit njerëzor;
* Të përfshijnë ose promovojnë diskriminim në çfarëdo aspekti;
* Të nxisin sjellje që dukshëm e rrezikon ambientin jetësor;
* Të promovojnë drogë, cigare ose prodhime tjera të duhanit, si dhe alkool dhe pije alkoolike, përveç verës dhe birrës;
* Të promovojnë prodhime mjekësore dhe trajtime mjekësore që janë në dispozicion vetëm me recetë;
* Të promovojnë armë, mjete gjuajtëse dhe piroteknike si dhe firma që ato i shesin.

1. **A KA RREGULLA TË VEÇANTA NË DREJTIM TË MBROJTJES SË FËMIJËVE/TË MITURVE?**

Edhe pse fëmijët dhe të miturit janë shfrytëzues legjitim që kanë të drejtë që të dëgjojnë dhe shohin se çka kanë për të thënë reklamat, mbahet një kujdes i veçantë që ato të mos shkaktojnë ndonjë dëm fizik ose moral ndaj tyre. Kështu, komunikimet audiovizuele komerciale për verë dhe birrë nuk guxojnë që konkretisht të dedikohen për të miturit, sidomos nuk guxojnë që të shfaqin të mitur duke i konsumuar ato. Komunikimet audiovizuele komerciale që ju dedikohen personave të mitur ose ata marrin pjesë në to, nuk guxojnë që të përdorin papërvojën e tyre ose naivitetin për të bindur që ti blejnë ose huazojnë prodhime ose shërbime, e as ta shfrytëzojnë besimin e tyre të veçantë që të miturit e kanë ndaj prindërve, mësimdhënësve ose personave të tjerë.

Komunikimet audiovizuele komerciale për ushqim dhe pije, konsumimi i tepërt i të cilëve nuk rekomandohet, nuk guxojnë të sugjerojnë se ndonjë ushqim i caktuar është zëvendësim për pemë dhe/ose perime e as të inkurajojnë shprehi jo të shëndetshme për ushqim dhe pije.

1. **CILAT PROGRAME NUK LEJOHEN PËR REKLAMIM DHE TELESHOPING?**

Reklamimi dhe teleshopingu nuk mund të emetohet në programe për fëmijë, kohëzgjatja e të cilave është e barabartë ose më e shkurtë se 30 minuta; në shërbesa ose predikime fetare si dhe në programet e radiove joprofitabile.

1. **SA LEJOHET KOHËZGJATJA E REKLAMIMIT GJATË NJË ORE?**

Kohëzgjatja e spoteve të reklamimit dhe teleshpoingut në programet e radiove dhe televizioneve komerciale nuk guxon që të jetë më shumë 12 minuta për një orë reale.

Kohëzgjatja e reklamimit në Radiotelevizionin e Maqedonisë nuk mund të jetë më shumë se 8 minuta gjatë një ore reale.

1. **A KA KUFIZIME PËR GJUHËN GJATË EMETIMIT TË KOMUNIKIMEVE AUDIOVIZUELE KOMERCIALE?**

Komunikimet audiovizuele komerciale, detyrimisht emetohen në gjuhë maqedonase, respektivisht në gjuhën e bashkësisë etnike për të cilën është dedikuar shërbimi programor.