**АУДИОВИЗУЕЛНИ КОМЕРЦИЈАЛНИ КОМУНИКАЦИИ (РЕКЛАМИРАЊЕ, ТЕЛЕШОПИНГ, СПОНЗОРСТВО, ПЛАСИРАЊЕ ПРОИЗВОДИ)**

1. **КАКО СЕ ОДВОЈУВААТ КОМЕРЦИЈАЛНИТЕ КОМУНИКАЦИИ ОД ОСТАНАТАТА ПРОГРАМА?**

Рекламирањето и телешопингот треба да бидат јасно препознатливи и одвоени од другите делови на програмата. За да не се спречува употребата на нови рекламни техники, освен со оптички и/или звучни средства рекламирањето и телешопингот може да се одвојат од другите делови на програмата и со просторни средства.

1. **ДАЛИ ИМА НЕКАКВИ ОГРАНИЧУВАЊА ИЛИ Е ДОЗВОЛЕНО ДА СЕ РЕКЛАМИРА СЕ И СЕШТО?**

Законот предвидува извесни ограничувања и забрани за емитување аудиовизуелни комерцијални комуникации. Па така, аудиовизуелните комерцијални комуникации не смеат:

* Да го доведуваат во прашање почитувањето на човековото достоинство;
* Да вклучуваат или промовираат дискриминација врз која било основа;
* Да поттикнуваат однесување што значително ја загрозува животната средина;
* Да промовираат дрога, цигари или други производи од тутун, како и алкохол и алкохолни пијалоци, освен вино и пиво:
* Да промовираат медицински производи и медицински третмани кои се достапни само на рецепт;
* Да промовираат оружје, стрелачки и пиротехнички средства и фирми кои нив ги продаваат .
1. **ДАЛИ**  **ИМА ПОСЕБНИ ПРАВИЛА ВО НАСОКА НА ЗАШТИТА НА ДЕЦАТА/МАЛОЛЕТНИЦИТЕ ?**

Иако децата и малолетниците се легитимни потрошувачи кои имаат право да видат и слушнат што имаат да кажат рекламите, се води посебна сметка тие да не им предизвикаат физичка или морална штета. Така, аудиовизуелните комерцијални комуникации за вино и пиво не смеат конкретно да бидат наменети за малолетници, а особено не смеат да прикажуваат малолетници како ги консумираат. Аудиовизуелните комерцијални комуникации што им се упатени на малолетните лица или тие во нив учествуваат не смеат да го користат нивното неискуство или лековерност за да ги наговорат да купат или изнајмат производ или услуга, ниту да ја искористуваат посебната доверба која малолетните лица ја имаат во родителите, наставниците или други личности.

Аудиовизуелните комерцијални комуникации за храна и пијалоци, чие прекумерно внесување не е препорачливо, не смеат да сугерираат дека одредена храна е замена за овошје и/или зеленчук ниту пак да охрабруваат нездрави навики за јадење и пиење.

1. **ВО КОИ ПРОГРАМИ НЕ Е ДОЗВОЛЕНО РЕКЛАМИРАЊЕ И ТЕЛЕШОПИНГ?**

Рекламирање и телешопинг не може да се емитува во програми за деца чие времетраење е еднакво или пократко од 30 минути; во верски служби или проповеди и во програмите на непрофитните радија.

1. **КОЛКУ Е ДОЗВОЛЕНОТО ВРЕМЕТРАЕЊЕ НА РЕКЛАМИРАЊЕ ВО ТЕКОТ НА ЕДЕН ЧАС?**

Времетраењето на рекламирањето и на телешопинг спотовите во програмите на комерцијалните радија и телевизии не смее да изнесува повеќе од 12 минути на еден реален час.

Времетраењето на рекламирањето кај Македонската радиотелевизија не може да изнесува повеќе од 8 минути во текот на еден реален час.

1. **ДАЛИ ИМА ОГРАНИЧУВАЊЕ ЗА ЈАЗИКОТ ПРИ ЕМИТУВАЊЕТО АУДИОВИЗУЕЛНИ КОМЕРЦИЈАЛНИ КОМУНИКАЦИИ?**

Аудиовизуелните комерцијални комуникации задолжително се емитуваат на македонски јазик, односно на јазикот на етничката заедница за која е наменет програмскиот сервис.