



До: д-р Зоран Трајчевски, директор
на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги

Врз основа на член 28 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги („Службен весник на Република Македонија“ бр. 184/13, 13/14, 44/14, 101/14, 132/14, 142/16, 132/17, 168/18, 248/18 и 27/19 и „Службен весник на Република Северна Македонија“ бр. 42/20 и 77/21), се доставува:

ПИСМЕН ИЗВЕШТАЈ
ЗА ИЗВРШЕН ПРОГРАМСКИ НАДЗОР

Република Северна Македонија
АГЕНЦИЈА ЗА АУДИО И АУДИОВИЗУЕЛНИ
МЕДИУМСКИ УСЛУГИ – СКОПЈЕ
Republika E Maqedonisë Së Veriut
AGJENCIA PER SHËRBIME MEDIATIKE AUDIO
DHE AUDIOVIZUELE – SHKUP

Мено / Prillog: 25-03-2022

Опр. единица Njesia org.	Ерџ. Numër	Прилог Shitesë	Вредност Vlerë
10	1210	1	

1. Вид надзор: Редовен;
2. Субјект на надзорот: Трговско радиодифузно друштво 24 ВЕСТИ ДООЕЛ Штип;
3. Период опфатен со надзорот: 4 март 2022 година;
4. Датум на извршување на надзорот: 24 март 2022 година;
5. Предмет на надзорот:
 - Член 50 став 3 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (заштита на малолетните лица од програми што би можеле да му наштетат на нивниот физички, психички или морален развој);
 - Правилник за заштита на малолетните лица („Службен весник на Република Македонија“ бр. 172/14);
 - Членовите 53, 54, 55, 98, 99, 100 и 101 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (правила за емитување аудиовизуелни комерцијални комуникации);
 - Упатство за примена на одредбите за пласирање производи („Службен весник на Република Македонија“ бр.201/14);
 - Правилник за спонзорство („Службен весник на Република Македонија“ бр. 40/15);
 - Правилник за нови рекламни техники („Службен весник на Република Македонија“ бр. 56/15);
 - Член 52 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (обврски при обезбедување квизови или други облици на наградно учествување);
 - Член 93 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (користење телефонски услуги со додадена вредност и телефонско гласање);
 - Правилник за програми со наградно учествување и за користење телефонски услуги со додадена вредност („Службен весник на Република Македонија“ бр. 185/14);
 - Член 94 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги (емитување игри на среќа) („Службен весник на Република Македонија“ бр. 185/14).



6. Претходно изречена мерка: /

7. Констатации од надзорот:

Со редовниот програмски надзор врз телевизискиот програмски сервис на ТРД 24 ВЕСТИ ДООЕЛ Штип, емитуван на 4 март 2022 година, на државно ниво, констатирани се прекршувања на членот 55 ставови – 5, 6 и 7 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Прекршувањето е направено во забавно-документарната емисија „1001 оброк“, која не е означена како програма во која се пласирани производи, иако производитите од одредени спонзори се директно вклучени во дејствието/сценариото на емисијата, и - посебно промотивно се препорачуваат преку визуелно и вербално прекумерно истакнување.

Наслов на емисијата	Датум	Период на емитување	
		Почеток	Крај
„1001 оброк“ – забавно-документарна емисија;	4 март	01:47:18	02:32:17

Забавно-документарната емисија - „1001 оброк“ е ТВ-програма од областа на кулинарството, па најголемиот дел од производитите на спонзорите се непосредно вклучени – пласирани - во дејството/сценариото на емисијата, но емисијата не е соодветно графички означена и како – „програма во која се пласирани производи“, како што е пропишано со точките 25 и 26 од Упатството за пласирање производи:

25: Со цел да се избегне забуна кај гледачите, програмите кои содржат пласирање производи треба да бидат јасно означени, на почетокот и на крајот на програмата, како и при секое продолжување на програмата (доколку програмата се прекинува со паузи за рекламирање);

26: ТВ програмите кои содржат пласирање производи се означуваат со истакнување лого и текст на ТВ екранот, на следниот начин: - логото треба да се истакне на кој било дел од екранот и да биде лесно забележливо за гледачите; - секое појавување на логото мора да е проследено со текст; - секое појавување на логото и на текстот на екранот треба да трае најмалку 10 секунди.

Емисијата има визуелни и вербални ознаки за – спонзорство, но, во случајов, разликувањето меѓу продукциските и уредувачките обрски, произлезени токму од „спонзорството“ и од „пласирањето производи“, како и посебните услови за нивната примена како комерцијални практики, опфатени се со точките 32 и 33 во Упатството за пласирање производи:



32: Пласирањето производи се разликува од спонзорството по тоа што спомнувањето на името на спонзорот или прикажувањето на неговиот заштитен знак секогаш е вградено во сценариото или во сценографијата на програмата. За разлика од тоа, кај спонзорството, идентификувањето на спонзорот мора јасно да биде издвоено од содржината на програмата.

33: Програмите кои содржат пласирање производи и кои истовремено се спонзорирани подлежат и на правилата за пласирање производи и на правилата за спонзорство.

Недозволеното, прекумерно – посебно промотивно препорачување - во Упатството за пласирање производи е пропишано во точките 21, 22, 23, 24 и 25:

21: Програмите кои содржат пласирање производи не смеат, преку нагласено промовирање или препорачување, директно да ги поттикнуваат потрошувачите да ги купуваат или изнајмуваат производите или услугите. На производите или услугите кои се пласираат во програмите не смее да им се придава претерана важност, преку истакнување или упатување на нив;

22: Иако некој производ, марка, име или заштитен знак се прикажани во програмата, сепак нивното изложување или споменување не смее да се прави на неприроден, прекумерен, или нападен начин со што видливо се промовира производот, услугата или марката;

23: Водителите на програмите во кои се пласираат производи или услуги треба да избегнуваат да зборуваат со пофалби за квалитетот, цената или достапноста на производите или услугите, како и да даваат какви било позитивни оценки и препораки со кои се наведуваат потрошувачите да ги купуваат или изнајмат пласираните производи или услуги;

24: Оценката за тоа дали во програмата има директно поттикнување или прекумерно истакнување на некој производ или услуга, се утврдува во секој одделен случај, врз основа на кој било од следниве критериуми: - карактеристиките на пласирањето, на пример: просторот што е издвоен на екранот или во студиото; - траењето и зачестеноста на споменувањето или прикажувањето; - целисходноста и оправданоста на споменувањето или прикажувањето од аспект на уредувачкиот концепт на конкретната програма;

25: јазикот што се користи при споменувањето односно визуелните средства при прикажувањето.

Наведените одредби од подзаконскиот акт, во евидентираното издание на емисијата „1001 оброк“ од 4 март 2022 година, се прекршени на следниов начин:



Воведот, почетокот на емисијата, во времетраење од 01:48:02 до 01:51:08, односно, цели – **3 минути**, е отстапен за – **претставување на спонзорите**, споменати како – „*пријатели на емисијата*“.

Визуелната постапка за посебно промотивно препорачување на производите од спонзорите е изведена:

- со измена на среднокрупни и на многу крупни / детални планови на снимање на производи или на трговски марки од спонзорите:
 - „*Жито центар - Тонус леб*“;
 - „*Еурозачин*“;
 - „*Јока – млечни производи*“;
 - „*Извор - зачини*“;
 - „*Сиело фарма – додатоци во исхраната*“;
 - „*Фајн-дизајн – мебел и покуќнина*“;
 - „*Health palace – додатоци во исхраната*“;
 - „*Меркур – Македонија – мебел и покуќнина*“.
- целината на емисијата е доминантно снимена низ средно крупни планови, а деталните / многу крупните планови на снимање се применуваат било при прикажувањето непосредна употреба на одреден производ било при негово споменување во прилог на промотивно препорачување на спонзорот;
- доминантната употреба на средно крупни планови на снимање овозможува постојано прикажување на препознатливите трговски марки на одредени производи од спонзорите на емисијата, затоа што тие производи се фронтално поставен дел од сценографијата – работната маса и полиците од импровизираната кујна;
- графички изложениот попис на производи/состојки потребни за подготовка на рецептот, понекогаш директно посочува и на спонзорот (на пример): „*Калиумова сол од Извор*“; „*Павлака Јока*“, „*Ghee од Јока*“; „*Тонус леб*“.

Вербално, промотивното препорачување е направено:

- со употреба компаративни / суперлативни тврдења за нутритивна корист од производот (цитати):
 - „*Нашиот пријател Жито центар, со својот Тонус леб, еден и единствен, како што секогаш зборувам, лебот на сегашноста, на минатото, лебот на иднината, нешто што елезе во сите домови, низ целата наша држава, и со право, затоа што дефинитивно е еден од најквалитетните лебови во светски рамки.*“;
 - „*Нашиот пријател Јока од Струмица, со своите млечни производи (кои ги гледаме овде), и со својот фаворит, се разбира - Ghee путерот,*



којшто, еве неколку месеци нè дружи и ние го дружиме него, со право затоа што е нешто што е исклучително здраво, препорачливо од бебе до најстара возраст, затоа што носи многу бенефити за нашето здравје.“;

- „Павлака, нормално од незаменливата Јока, овојпат ја земав 18 постотна, односно 18 посто млечна маст, една од најкусните на македонскиот пазар.“

При одјавувањето на емисијата, во засебна промотивна целина се препорачуваат две брендирани маици и трговскиот центар „Меркур Македонија“. Прочитаниот промотивен текст гласи (цитат):

- „И пред да ве поздравиме, едно потсетување: Нашите маици, со уникатен дизајн, можете да ги најдете во салонот на Меркур Македонија. Одберете го ретро дизајнот на Југославија или, пак, безвременскиот – Make avar not war – само во салонот на Меркур Македонија во Автокоманда.“

8. Опис на прекршувањето:

Спротивно на членот 55 ставови 5, 6, и 7 од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, на телевизискиот програмски сервис на ТРД 24 ВЕСТИ ДООЕЛ Штип, од 4 март 2022 година, емитувана е забавно-документарната емисија „1001 оброк“ која не е означена како програма во која се пласирани производи, а пласираните производи од одредени спонзори, пак - посебно промотивно се препорачуваат преку визуелно и вербално прекумерно истакнување.

9. Предлог мерка:

- Советот на Агенцијата да донесе решение за изрекување мерка јавна опомена на Трговското радиодифузно друштво 24 ВЕСТИ ДООЕЛ Штип, и согласно со точката 6 од Упатството за определување на рокот за постапување по решенијата на Агенцијата за преземање мерка бр.01-6039/1 од 20.10.2015 година, да му наложи – во рок од 30 (триесет) дена по приемот на решението да го усогласи своето работење со одредбите од Законот за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги;
- Да се изврши контролен надзор, со цел да се утврди дали субјектот на надзорот (радиодифузерот) постапил по опомената (во целост, делумно или не постапил), по истекот на рокот определен во поединечниот акт (решение), донесен од страна на Советот на Агенцијата.

