

**Број: 1169/2025**  
**Датум: 20.10.2025**  
**Београд**

## **ИЗВЕШТАЈ ЗА САВЕТ**

**О БРОЈУ НЕПРАВИЛНОСТИ У ВЕЗИ СА ЗАКОНОМ О  
ОГЛАШАВАЊУ КОД КОМЕРЦИЈАЛНИХ ТВ ПРУЖАЛАЦА  
МЕДИЈСКИХ УСЛУГА (ПМУ) СА ДОЗВОЛОМ ЗА ПРУЖАЊЕ  
МЕДИЈСКЕ УСЛУГЕ ЗА ПОДРУЧЈЕ ЦЕЛЕ РЕПУБЛИКЕ И КОД  
ЈМУ РАДИО-ТЕЛЕВИЗИЈА СРБИЈЕ (РТС)**

**СЕПТЕМБАР 2025.**

**ТАБЕЛА СА УКУПНИМ БРОЈЕМ УОЧЕНИХ НЕПРАВИЛНОСТИ**

| <b>ПМУ</b>                      | <b>ТВ ПИНК</b> | <b>ТВ Б92</b> | <b>РТС 1</b> | <b>РТС 2</b> | <b>ХЕЛП ТВ</b> | <b>ПРВА</b> |
|---------------------------------|----------------|---------------|--------------|--------------|----------------|-------------|
| <b>ЧЛАНОВИ<br/>ЗАКОНА</b>       |                |               |              |              |                |             |
| <b>12</b>                       | <b>5</b>       |               | <b>2</b>     |              | <b>1</b>       |             |
| <b>29.1.1</b>                   |                | <b>8</b>      |              |              |                | <b>48</b>   |
| <b>29.1.2</b>                   | <b>92</b>      | <b>13</b>     |              |              | <b>10</b>      | <b>26</b>   |
| <b>30.1</b>                     |                | <b>2</b>      |              |              |                |             |
| <b>32</b>                       | <b>2</b>       | <b>21</b>     | <b>2</b>     |              | <b>9</b>       | <b>1</b>    |
| <b>33.4</b>                     | <b>16</b>      | <b>21</b>     | <b>23</b>    |              | <b>1</b>       | <b>2</b>    |
| <b>33.5</b>                     |                | <b>13</b>     |              |              |                |             |
| <b>35.1</b>                     | <b>12</b>      | <b>1</b>      |              |              | <b>3</b>       | <b>23</b>   |
| <b>35.2</b>                     |                |               | <b>5</b>     | <b>8</b>     |                |             |
| <b>37.1</b>                     |                | <b>2</b>      |              |              |                |             |
| <b>37.3</b>                     | <b>4</b>       | <b>2</b>      |              |              |                |             |
| <b>46.3.3</b>                   | <b>4</b>       |               |              |              |                |             |
| <b>65.2</b>                     |                |               |              |              |                | <b>9</b>    |
| <b>65.6</b>                     |                | <b>24</b>     |              |              |                |             |
| <b>66.4</b>                     | <b>10</b>      |               |              |              | <b>20</b>      | <b>39</b>   |
| <b>Укупно<br/>(појединачно)</b> | <b>145</b>     | <b>107</b>    | <b>32</b>    | <b>8</b>     | <b>44</b>      | <b>148</b>  |
| <b>Укупно<br/>(сви)</b>         | <b>484</b>     |               |              |              |                |             |

## II НЕПРАВИЛНОСТИ - ПОЈЕДИНАЧНО ПО ПРУЖАОЦИМА МЕДИЈСКИХ УСЛУГА

### ТВ ПИНК

**Члан 12** [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).]

Уочено је 5 неправилности. У програмским садржајима *Премијера викенд специјал*, приликом представљања новог броја листа „Скандал“, водитељка позива на куповину ових новина, чиме је под информативним садржајем (представљање садржаја) учињено прикривено оглашавање, позивањем гледалаца да купе лист „Скандал“, а није означено као оглашавање.

У програмском садржају *Ново јутро* односи се на прикривено оглашавање у информативном прилогу о активностима компаније „Дунав осигурање“ – услуга осигурања возила. Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано као информативни прилог, а има сврху оглашавања и на тај начин могло је да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе прилога, јер није означено као оглашавање.

**Члан 29 став 1 тачка 2** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочене су 92 неправилности. У програмским садржајима (емисијама) *Ново јутро*, *Амици шоу*, *Премијера викенд специјал* и *Елита* неправилности се односе на непримерено појављивање ознаке производа или робних жигова различитих оглашивача у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије).

Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

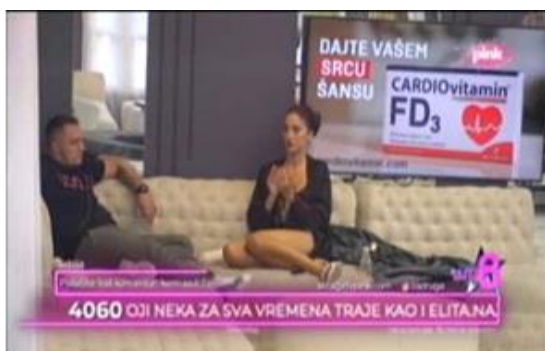
„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

У програмским садржајима *Кућа од срца* неправилности су у вези са употребом крупних кадрова робе.

Примери:

*Елита*, 4.09.2025.



*Ново јутро*, 13.09.2025.



Амици шоу, 2.09.2025.



Кућа од срца, 11.09.2025.



**Члан 32** (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање без најавне и одјавне шпике и оглашавање без најавне шпике. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

**Члан 33 став 4** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочено је 16 неправилности током приказивања вести (*Национални дневник*). Неправилности се односе на приказивање оглашавања током делова емисија који су трајали краће од 30 минута.

**Члан 35 став 1** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочено је 12 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

**Члан 37 став 3** (ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.)

Уочене су 4 неправилности. Односе се на приказивање ТВ продаје као посебног програмског садржаја у оквиру другог програмског садржаја (*Магазин ин*).

**Члан 46 став 3 тачка 3** (Изузетно од забране оглашавања из става 1. овог члана, дозвољено је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20%:

3) путем електронских медија, у биоскопима, позориштима или другим просторима где се врши приказивање односно извођење представа, у термину од 18:00 до 06:00 часова, осим ако су тематски или циљно намењене деци или малолетницима;)

Уочене су 4 неправилности. Приказано је оглашавање алкохолних пића са садржајем алкохола мањим од 20% (вино „Дон Симон“) ван дозвољеног периода.

Пример: 28.09.2025. 16:42:52 - 16:42:55



**Члан 66 став 4** (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочено је 10 неправилности у програмским садржајима *Амици шоу*, *Премијера викенд специјал* и *Кућа од срца*. Односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета робе или услуга спонзора.

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или

ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

## **ТВ Б92**

**Члан 29 став 1 тачка 1** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочено је 8 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *У туђој кожи*. Неправилности су у вези са непосредним подстицањем – навођењем квалитета и предности робе компанија Тесла и Сара намештај, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

**Члан 29 став 1 тачка 2** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 13 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Квиз: Пут шампиона*, *48 сати свадба* и *Квиз: Штоперница*. Неправилности се односе на непримерено појављивање ознака оглашивача у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије). Уочено непримерено појављивање у вези је са

чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

**Члан 30 став 1** (Програмски садржаји у којима се пласира производ морају да буду јасно означени обавештењем о пласирању производа и то на почетку и на крају, као и након рекламних блокова, осим ако те програмске садржаје производи или наручује сам пружалац медијске услуге или са њим повезано лице у смислу закона којим се уређује положај привредних друштава.)

Уочене су 2 неправилности у програмским садржајима *Плодно и родно*. Нису приказана обавештења о пласирању производа на крају.

**Члан 32** (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочена је 21 неправилност у програмским садржајима *Слаткара*. Приказано је необележено оглашавање - без најавне и одјавне шпице. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

**Члан 33 став 4** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)



Уочена је 21 неправилност током приказивања емисија вести. Неправилности се односе на приказивање оглашавања током емисија које су трајале краће од 30 минута (вести).

**Члан 33 став 5** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање дечије емисије може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје ако је предвиђено трајање емисије дуже од 30 минута, и то једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочено је 13 неправилности у дечијим емисијама *Сунђер Боб Коцкалоне* које су трајале краће од 30 минута.

**Члан 35 став 1** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

**Члан 37 став 1** (Емитовањем ТВ продаје као посебног програмског садржаја сматра се емитовање ТВ продаје као посебне емисије која представља засебну програмску целину у оквиру програма и одвојена је од остатка програма одговарајућом шпицом.)

Уочене су 2 неправилности. Није приказана најавна шпица ТВ продаје као и ТВ продаја без најавне и одјавне шпице.

**Члан 37 став 3** (ТВ продаја као посебан програмски садржај не може се емитовати у оквиру друге емисије, већ само између појединих емисија.)

Уочене су 2 неправилности. Односе се на приказивање ТВ продаја као посебних програмских садржаја у оквиру других програмских садржаја (*Плодно и родно*).

**Члан 65 став 6** (Медијске услуге или програмске садржаје не могу спонзорисати државни органи и организације и политичке организације.)

Уочене су 24 неправилности у програмским садржајима (емисијама) *Ауто мото шоу* и *Промо* (за емисију *Ауто мото шоу*). Спонзор емисија је државна организација Агенција за безбедност саобраћаја.

## **РТС 1**

**Члан 12** [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).]

Уочене су 2 неправилности у програмском садржају *Сат*. Неправилности се односе на прикривено оглашавање попушта за возила Geely Cityray. Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је приказано у оквиру информативног прилога, а садржи на крају податак који се може сврстати у оглашавање (попуст на куповину) и на тај начин могло је да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе дела прилога.

**Члан 32** (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочене су 2 неправилности. Приказано је оглашавање које почиње и завршава се истовремено са најавном, односно одјавном шпицом. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

**Члан 33 став 4** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и

документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочене су 23 неправилности током приказивања емисија вести (*Дневник*) и филма. Неправилности се односе на приказивање оглашавања током емисија чији су делови трајали краће од 30 минута.

**Члан 35 став 2** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 10% времена.)

Уочено је 5 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 6 минута у једном пуном сату емитованог програма.

## **РТС 2**

**Члан 35 став 2** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма установе јавног медијског сервиса и пружаоца медијске услуге цивилног сектора, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 10% времена.)

Уочено је 8 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 6 минута у једном пуном сату емитованог програма.

## **Национална ХЕПИ ТВ**

**Члан 12** [Прикривено оглашавање је забрањено.

Прикривено оглашавање јесте представљање робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке, односно активности физичког или правног лица које се бави производњом роба или пружањем услуга, са намером да то представљање има сврху оглашавања и да може да доведе јавност у

заблуду у погледу његове стварне природе, с тим да се сматра да намера нарочито постоји, ако се обавља уз новчану или другу накнаду.

Приликом оцене да ли постоји прикривено оглашавање нарочито се узима у обзир постојање оправданости представљања робе, услуге, пословног имена, жига или друге ознаке односно активности, односно оправданост њиховог истицања у току програма и то да ли се одређена роба, услуга, жиг или друга ознака, односно активности приказују или помињу у програму на начин који је уређивачки оправдан (нпр. оправданост учесталости приказивања или помињања робе, услуге или ознаке, или постоји фаворизовање одређеног произвођача робе или пружаоца услуге у програму и сл.).]

Уочена је 1 неправилност у програмском садржају *Квиз: Насловна страна*. Оглашавање је учињено на прикривен начин, будући да је најављено као информативни прилог – понуда издавачке куће „Књига комерц“, а има сврху оглашавања (позив на куповину књига овог издавача по промотивној цени) и на тај начин могло је да доведе јавност у заблуду у погледу стварне природе прилога, јер није означено као оглашавање.

**Члан 29 став 1 тачка 2** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 10 неправилности. У програмским садржајима (емисијама) *Тирилица* неправилности се односе на непримерено појављивање ознака компанија („МТС“ и „Поштанска штедионица“) у сценографији (на неприродан, вештачки изграђен начин који није интегрисан у довољној мери у ток радње емисије). Уочено непримерено појављивање у вези је са чл. 4 ставови 1 и 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима*:

„Примереност појављивања (приказивање или упућивање) робе, услуге или жига у емисији која садржи пласирање производа оцењује се имајући у виду да ли за начин и обим таквог појављивања постоји уређивачко оправдање.

Приликом оцене постојања уређивачког оправдања из става 1. овог члана нарочито се узимају у обзир природа и циљ емисије, природа робе или услуге која се у њој појављује, као и да ли је појављивање робе, услуге или жига извршено на неприродан (вештачки) начин, тако да роба, услуга или жиг нису у довољној мери интегрисани у ток радње емисије“.

Пример:

*Тирилица*, 1.09.2025.



**Члан 32** (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочено је 9 неправилности. Приказано је оглашавање без најавне и одјавне шпице. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

**Члан 33 став 4** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочена је 1 неправилност. Неправилност се односи на приказивање оглашавања током емисије *Вести* која је трајала краће од 30 минута.

**Члан 35 став 1** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочене су 3 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

**Члан 66 став 4** (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.).

Уочено је 20 неправилности. У програмским садржајима *Тирилица* и *Проводаџија* неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем квалитета услуге („МТС“ и „Банка Поштанска штедионица“ у *Тирилици*) и робе спонзора („Медела“ штрудлице у *Проводаџији*).

У оквиру *Временске прогнозе* у програмским садржајима *Вести* и *Телемастер* неправилности се односе на непосредно подстицање навођењем рекламног слогана којим се подстиче куповина услуге спонзора „Триглав“.

Уочене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

## **ПРВА**

**Члан 29 став 1 тачка 1** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

1) непосредно подстицање на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања;)

Уочено је 48 неправилности у програмским садржајима *Квиз: погоди цену тачно* и *Радна акција са Тамаром*. Неправилности су у вези са

непосредним подстицањем навођењем квалитета, ефикасности, цене, веб адресе, места на коме се може купити или позивањем на куповину робе, што је у супротности са чл. 3 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем на куповину, закуп или коришћење робе или услуге која је предмет пласирања нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или закуп робе или услуге који су предмет пласирања производа; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге или њихов водећи положај на тржишту; навођење места, адресе на којој, односно броја телефона и веб адресе путем којих се може купити или закупити роба или услуга“).

**Члан 29 став 1 тачка 2** (У програмским садржајима у којима се пласира производ забрањено је:

2) непримерено појављивање производа, услуге или жига који је предмет пласирања, нарочито крупним кадровима производа или истицањем квалитета од стране водитеља, гостију или других учесника програма;)

Уочено је 26 неправилности у програмским садржајима *Квиз: Погоди цену тачно* и *Радна акција са Тамаром*. Неправилности се односе на коришћење крупних кадрова разних производа.

Примери:

Квиз: *Погоди цену тачно*, 15.09.2025.



Радна акција са Тамаром, 7.09.2025.



**Члан 32** (ТВ оглашавање и ТВ продаја морају бити лако препознатљиви и јасно и уочљиво звуком, сликом или просторно одвојени од осталих програмских садржаја.)

Уочена је 1 неправилност. Приказано је оглашавање без одјавне шпице. Наведеним поступањем није поштована обавеза о одвојености ТВ оглашавања од осталих програмских садржаја.

**Члан 33 став 4** (Ако су испуњени услови из става 3. овог члана, емитовање играног филма, телевизијског филма (изузимајући игране серије и документарне серије) и емисије вести може се прекинути ради емитовања ТВ оглашавања, односно ТВ продаје једном у сваком целокупном делу емисије чије предвиђено трајање износи најмање 30 минута.)

Уочене су 2 неправилности током приказивања филмова. Приказано је оглашавање током делова који су трајали краће од 30 минута.

**Члан 35 став 1** (У оквиру једног пуног сата емитованог програма комерцијалних пружалаца медијске услуге, ТВ оглашавање и ТВ продаја не могу заузимати више од 20% времена.)

Уочене су 23 неправилности. Приказано је оглашавање које траје дуже од 12 минута у једном пуном сату емитованог програма.

**Члан 65 став 2** (Спонзорисани програмски садржај мора бити јасно означен као такав навођењем имена, знака или другог симбола спонзора (нпр. означавањем имена робе или услуге или другог препознатљивог знака спонзора) на почетку и на крају, а може и током програмског садржаја.)

Уочено је 9 неправилности у програмском садржају *Радна акција са Тамаром*. Обавештење о спонзору није означено на крају.

**Члан 66 став 4** (Спонзорисане медијске услуге или програмски садржаји не смеју непосредно да подстичу куповину или закуп роба или услуга, а нарочито промотивним упућивањем на ту робу или услугу.)

Уочено је 39 неправилности у програмским садржајима *Квиз: Победник и Промо*. Односе се на непосредно подстицање навођењем квалитета услуге спонзора МТС („МТС – гигабитна брзина интернета у баш сваком кутку твог дома“).

Наведене неправилности су у супротности са чл. 8 ст. 2 *Правилника о оглашавању и спонзорству у електронским медијима* („Непосредним подстицањем куповине или изнајмљивања робе или услуге спонзора нарочито се сматрају: непосредно позивање на куповину или изнајмљивање робе или услуге; навођење цене, предности, квалитета или ефикасности робе или услуге спонзора или његовог положаја на тржишту; навођење места, адресе на којима, односно броја телефона путем којег се



могу купити или закупити роба или услуга; рекламни слоган којим се подстиче куповина или изнајмљивање робе или услуге спонзора“).

Извештај је написан на основу података добијених из софтвера након извршеног надзора и контроле од стране аналитичара и асистената аналитичара. Број неправилности који ће бити судски процесуиран може варирати у зависности од накнадних провера.

Служба за надзор и анализу

Марио Брудар, заменик начелника