



crne gore

**INFORMACIJA
O ZASTUPLJENOSTI
OGLASA ZA SPORTSKO
KLAĐENJE U TELEVIZIJSKIM
PROGRAMIMA**



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE
Broj: 02-633/24-532
Podgorica, 15.04.2024.godine

Uvod

Najraniji zapisi o igrama na sreću vezuju se za drevne civilizacije. Kockanje i klađenje dio su ljudske kulture hiljadama godina, a fascinacija čovječanstva nadmetanjem i uzbuđenjem predviđanja, tokom istorije opstaje u različitim oblicima. Od primitivnih igara do današnjih sofisticiranih digitalnih platformi, sportsko klađenje razvilo se u globalni fenomen koji kombinuje profit, tehnologiju i zabavu.

Aktivnost poznata kao sportsko klađenje javlja se na evropskom tlu prije čak dvije stotine godina. U početku se vezuje isključivo za konjičke trke, da bi se osamdesetih godina 19. vijeka ponuda proširila izvan tradicionalnih sportova i pružila brojne mogućnosti za ulaganje u ostala sportska takmičenja. Prve opklade na danas najpopularnije fudbalske utakmice zabilježene su u Engleskoj, 1921. godine. Deceniju kasnije, sportski tiketi se popunjavaju i u Švedskoj, a nekoliko decenija nakon toga i u Njemačkoj.

U Americi, interesovanje za sportsko klađenje raste dvadesetih godina prošlog vijeka. Nagađanje ishoda mečeva košarke, koledž fudbala, boksa i bejzbola postalo je omiljena američka zabava. Ubrzo zatim, još veću popularnost ove aktivnosti obezbijedilo je uvođenje novog sistema sportskog klađenja, tzv. „*point spread*“-a, kojim je omogućena zarada i za organizatora igre i za onoga koji želi opkladu. Takav ozbiljniji sistem kvota, uz nagli razvoj televizije, učinio je da sportsko klađenje postane popularno širom planete.

Razvoj interneta imao je još veći uticaj na klađenje savremenog doba. Uvođenje online klađenja posljednjih godina doživjelo je pravu revoluciju i ispisalo nove stranice istorije ove popularne aktivnosti. Danas je sportsko klađenje sastavni dio savremene zabave i industrije vrijedne više stotina milijardi eura.

Dostupnost igara na sreću putem interneta, posebno upotrebom smart telefona, doprinosi značajnom porastu broja korisnika, a samim tim i porastu rizika od štetnih posljedica koje intenzivno klađenje može imati na pojedinca, ali i na društvo u cjelini. Posebno ranjiva grupa sve više postaju maloljetnici koji su izloženi ovim uslugama i informacijama o njima. Takve informacije su, između ostalog, dostupne putem oglašavanja, kako preko tradicionalnih medija, tako u sve većoj mjeri putem društvenih

mreža, platformi za razmjenu sadržaja i sličnih kanala komunikacije kojima su mlađe generacije više izložene.

U poređenju s ostalim zemljama svijeta, fenomen sportskog klađenja u Crnoj Gori pojavio se relativno kasno, prije nešto više od dvadeset godina. Od tada do danas, međutim, širom zemlje dolazi do masovnog otvaranja kladionica. Tako je, prema podacima Uprave za igre na sreću od 1. aprila 2024. godine¹, u Crnoj Gori aktivno čak 1006 kladionica, dok prema podacima Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija Crne Gore² trenutno u našoj zemlji postoje ukupno 222 obrazovne ustanove.

Ekspanzija ponuda igara na sreću doprinijela je da sportsko klađenje postane svakodnevna aktivnost velikom dijelu populacije. Kako je prihvaćeno kao legitimna i bezopasna zabava, u početku nijesu percipirane sve moguće negativne posljedice do kojih klađenje može dovesti. Novija istraživanja, međutim, ukazuju na to da je sportsko klađenje igra koja može dovesti do problema u porodici, propusta u obrazovanju, finansijskih gubitaka, a nerijetko i do bolesti zavisnosti, depresije, anksioznosti itd.

Zato se u današnje vrijeme, ne može zaobići činjenica da, među bihevioralnim zavisnostima³, koje predstavljaju rastući problem u modernom društvu, svoje mjesto ima i zavisnost o kockanju. Svjetska zdravstvena organizacija je u XI izdanju Međunarodne klasifikacije bolesti⁴, zavisnost o kockanju uvrstila u kategoriju „Mentalni, bihevioralni ili neurorazvojni poremećaji“ - potkategorija poremećaji usljed zavisničkih ponašanja.

Iako je u globalu zakonom zabranjeno, kockanje kod mladih postalo je popularna forma zabave. Adolescentno kockanje je postalo značajan javno-zdravstveni problem. Uključenost u kockanje, kod mladih može uzrokovati brojne negativne posljedice, kao što su: poremećeni odnosi, delinkventnost i kriminalno ponašanje, depresivni simptomi, komorbidni mentalni poremećaji, nisko samopoštovanje, poremećaj odnosa sa porodicom i prijateljima, povišen rizik od suicidalne ideacije i pokušaja, te loše opšte zdravlje.⁵

Prema rezultatima „Istraživanja o upotrebi psihoaktivnih supstanci i nehemijskih sredstava zavisnosti među mladima za 2019. godinu u Crnoj Gori“ (ESPAD 2019 CRNA GORA), koje je Institut za javno zdravlje Crne Gore objavio 2020. godine, u prethodnih 12 mjeseci svaki treći učenik se kockao za novac (32%). Značajna je razlika između dječaka i djevojčica – u navedenom vremenskom periodu kockao se svaki drugi dječak, odnosno svaka peta djevojčica, 46% naspram 18%. Prilikom kockanja za novac, 13% učenika je koristilo internet – svaki peti dječak (21%) i manje nego jedna u dvadeset djevojčica (4%). Kod više od trećine učenika utvrđen je ekscesivni obrazac kockanja, gdje udio dječaka iznosi 39%, dok se po ovom obrascu kockala jedna od četiri djevojčice. Među onima koji su se kockali u prethodnih 12 mjeseci, problematično kockanje identifikovano je kod 8% dječaka i 7% djevojčica⁶.

¹ <https://www.gov.me/dokumenta/939aa9ea-040a-4a5e-831e-cb06a55f2b38> (15.04.2024.)

² <https://www.skolskastatistika.edu.me/> (15.04.2024.)

³ Pored zavisnosti o kockanju, tu spadaju i zavisnosti o video igrama, internetu, patološko prejedanje, hiperseksualni poremećaj, kompulzivni poremećaj kupovanja, zavisnost o vježbanju, zavisnost o radu.

⁴ <https://www.who.int/standards/classifications/classification-of-diseases> (15.04.2024.)

⁵ Evropsko istraživanje o upotrebi psihoaktivnih supstanci i nehemijskih sredstava zavisnosti među mladima - ESPAD 2019 CRNA GORA, Institut za javno zdravlje Crne Gore, 2020, <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/web.repository/ijzcg-media/files/1593458554-espad-2019-nacionalni-izvjestaj-web.pdf> (15.04.2024.)

⁶ ESPAD 2019 CRNA GORA, Ibid.

Kako su mediji danas najvažniji izvor informisanja, istovremeno su jedan od najjačih faktora upravljanja masama, te uticaja na mišljenja, odluke i izbore. Moć medijskog oglašavanja tako prepoznaju i priređivači sportskog klađenja, pa je njihove oglase moguće vidjeti u gotovo svim masovnim medijima. Stoga se postavlja pitanje da li učestalost i način promovisanja sportskog klađenja u medijima u bilo kojoj mjeri mogu doprinijeti „normalizaciji“ ove aktivnosti u društvu.

Oglasima za klađenje i sportskim prognozama maloljetnici su izloženi i u toku graničnog perioda, kada bi trebalo da budu zaštićeni od sadržaja koji mogu štetiti njihovom razvoju. Štaviše, ovi oglasi se prikazuju tokom raznih sportskih sadržaja, posebno fudbalskih i košarkaških utakmica, ali i u toku drugih popularnih sportskih takmičenja, koja su vrlo privlačna djeci i mladima.

Imajući u vidu navedeno, ova informacija ima cilj da prikaže u kojoj mjeri su oglasi za sportsko klađenje zastupljeni na televizijskim programima u Crnoj Gori, u kojim okolnostima su oglasi najučestaliji, te kakvim se sve tehnikama oglašivači služe. Konačno, ova informacija ima cilj da pruži preporuke za bolju regulaciju oglasa za sportsko klađenje, te da ukaže na važnost aktivne uloge medija u cilju zaštite od potencijalno štetnih posljedica ovog fenomena na društvo, s posebnim akcentom na maloljetnike.

Pravni okvir u Crnoj Gori

Prema crnogorskom zakonodavstvu, sportsko klađenje obuhvaćeno je pojmom igre na sreću. Sistem i uslovi priređivanja igara na sreću u našoj zemlji definisani su Zakonom o igrama na sreću⁷.

Članom 2 Zakona o igrama na sreću propisano je da se igrama na sreću smatraju igre u kojima učesnici imaju jednake mogućnosti sticanja dobitaka uz posrednu ili neposrednu uplatu određenog iznosa, a rezultat igre, zavisi od slučaja ili nekog neizvjesnog događaja u igri.

Saglasno članu 3 stav 1 Zakona o igrama na sreću, igre na sreću razvrstavaju se u dvije grupe: lutrijske i posebne igre na sreću. Lutrijske igre na sreću, između ostalog, prepoznaju sportsku prognozu, dok se u posebne igre na sreću, između ostalog, ubrajaju kladioničke igre.

Članom 4 stav 1 tačka 5 Zakona o igrama na sreću propisano je da je sportska prognoza igra u kojoj učesnik, popunjavanjem listića koji izdaje priređivač igre na kojem su označeni takmičarski parovi, pogađa ishod utakmice za svaki takmičarski par, koristeći oznake predviđene pravilima igre. Dodatno, listić se smatra dobitnim kada je učesnik pogodio sve ishode ili pravilima igre predviđen broj ishoda, pod uslovom da su oznake na rezultatima upisane, odnosno precrtane, na talonu, odnosno kuponu i kada se ispune drugi uslovi prema pravilima igre.

Članom 4 stav 1 tačka 13 Zakona o igrama na sreću kladioničke igre su igre u kojima se učesnici, u skladu sa pravilima igre, klade na rezultate različitih sportskih i drugih događaja, na uspjeh plesnih, pjevačkih, muzičkih i sličnih takmičenja, te ostala klađenja.

Djelatnost organizovanja igara na sreću je regulisana djelatnost i podliježe obavezni pribavljanja prethodnog odobrenja nadležnog organa. Krivičnim zakonikom Crne Gore⁸ (član 407) propisano je da će se novčanom kaznom ili zatvorom do tri godine kazniti svako ko bez odobrenja nadležnog organa priređuje igre na sreću, kao i da će novčanom kaznom ili zatvorom do dvije godine biti kažnjen svako ko se neovlašćeno bavi prodajom srećaka ili primjenom uplata za igre na sreću

⁷ „Sl. list CG“, 052/04, 013/07, 073/10, 040/11, 061/13, 037/17, 003/23, 125/23

⁸ „Sl. list CG“, br. 070/03, 013/04, 047/06, 040/08, 025/10, 073/10, 032/11, 064/11, 040/13, 056/13, 014/15, 042/15, 058/15, 044/17, 049/18, 003/20, 026/21, 144/21, 145/21, 110/23

organizovane u inostranstvu, te da će se zatvorom od tri mjeseca do pet godina kazniti organizator igre na sreću koji se služi obmanom.

Članom 6 stav 1 tačka I) Pravilnika o programskim standardima u elektronskim medijima⁹ propisano je da je u elektronskim medijima zabranjeno emitovanje programskih sadržaja kojima se predstavlja ili ohrabruje kockanje i druge igre na sreću kao stil života.

Saglasno članu 10 Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama¹⁰ u oglasima je zabranjeno promovisati klađenje, igre na sreću i kockanje kao stil života, odnosno kao vrijednosti kojima se uspješno i sigurno rješavaju životni problemi.

Pravni okvir prepoznaje i set mjera koje su posebno usmjerene na zaštitu maloljetnika.

Članom 73 stav 1 tačka 12 Zakona o igrama na sreću propisano je da će kaznom od 1.100 do 20 hiljada EUR biti kažnjeno za prekršaj pravno lice, ako se u prostoru kazina, automat kluba ili u prostorijama u kojima se priređuju kladioničke igre nalazi lice mlađe od 18 godina.

Zakonom propisana udaljenost objekta u kojima se priređuju lutrijske igre na sreću i posebne igre na sreću od obrazovnih ustanova (osnovnih i srednjih škola), saglasno članu 3a Zakona o igrama na sreću, ne može biti manja od 250 metara.

Kod priređivanja igara na sreću putem interneta, član 68 stav 4 tačka b Zakona o igrama na sreću nalaže da lice koje nije navršilo 18 godina života ne smije da bude registrovano kao igrač i sredstva koja su deponovana ili koja su isplaćena tom licu kao dobici biće zaplijenjena od strane nadležnog organa.

Član 46 stav 1 tačka a i tačka b Pravilnika o komercijalnim audiovizuelnim komunikacijama propisuje da je u okviru ili na granici (najmanje 15 minuta prije i poslije) programa posvećenih maloljetnicima zabranjeno oglašavati igre na sreću, odnosno sportske kladionice.

Uporedna praksa u vezi sa regulisanjem oglašavanja sportskog klađenja

U cilju sagledavanja pravnog i institucionalnog okvira kojim se obezbjeđuju regulisanje i nadzor nad oglašavanjem igara na sreću, kao i učešće priređivača igara na sreću u sponzorisaniu različitih programskih sadržaja, analizirani su podaci u zemljama regiona i šire.

Regulatornim tijelima, članovima EPRA-e, upućen je upitnik kojim su posebno traženi podaci o:

- postojanju dodatnih pravila za označavanje i raspoređivanje oglašavanja i sponzorisanih sadržaja kad je riječ o igrama na sreću (kockanje, klađenje i sl.);
- postojanju dodatnih ograničenja za priređivače igara na sreću da sponzorišu TV i radio programe.

Dobijeni odgovori, kao i podaci objavljeni u dokumentu Evropske platforme regulatornih tijela (EPRA) „Overview of measures adopted at national level in seven countries”¹¹ iz jula 2020. godine, ukazuju na to da su nadležnosti nad oglašavanjem ovih usluga (regulatorna tijela za igre na sreću, regulatorna tijela za AVM usluge ili samoregulatorna tijela) i pravila oglašavanja i sponzorstva regulisani na različite

⁹ „Sl. list CG”, br. 035/11, 007/16, 008/19

¹⁰ „Sl. list CG”, br. 036/11

¹¹ <https://www.epra.org/attachments/51st-epra-meeting-gambling-and-betting-advertising-background-document> (15.04.2024.)

načine. Najčešće se primjenjuje princip zabrane oglašavanje neregistrovanih igara na sreću tj. oglasa neovlašćenih priređivača igara na sreću, kao i principa zabrane prevarnog ili prikrivenog oglašavanja.

Prema Zakonu o igrama na sreću u Srbiji¹², zabranjeno je oglašavanje igara na sreću i priređivača u štampanim i elektronskim medijima koji su namijenjeni maloljetnim licima. U Hrvatskoj, takođe, prema Zakonu o igrama na sreću¹³, oglasi vezani za igre na sreću ne smiju biti objavljeni u radijskim i televizijskim emisijama za djecu i mlade, kao ni u štampanim medijima.

U Austriji je, na primjer, zabranjeno oglašavanje kockanja i klađenja koje banalizuje igre na sreću. Ne smiju se emitovati niti oglasne poruke koje prevazilaze puko privlačenje pažnje i ističu isključivo pozitivne aspekte kockanja ili klađenja. Prema austrijskim propisima, takođe, oglasi za igre na sreću za koje se smatra da imaju veći potencijal za razvijanje zavisnosti, moraju biti umjereniji. Kada je riječ o oglašavanju u AVM uslugama, primjenjuju se odredbe Direktive o AVM uslugama o zabranjenim komercijalnim AV komunikacijama (oglašavanje, sponzorstvo), što znači da je zabranjeno oglašavanje neregistrovanog (neovlašćenog) klađenja, kao i objavljivanje prevarnih ili obmanjujućih oglasa.

U Belgiji, prema Kraljevskom dekretu, online igre na sreću ne smiju biti oglašavane tokom sportskih događaja. Takvo oglašavanje je zabranjeno i za vrijeme emisija za djecu, kao i uoči i nakon tih programa. Osim toga, u jednom oglasnom bloku može biti emitovan samo jedan oglas priređivača igara na sreću, i to isključivo nakon 20 časova.

U Francuskoj, zakonski propisi nalažu da se ovaj vid oglašavanja zabranjuje u programima za djecu i u programima koji su namijenjeni maloljetnicima, uz obaveznu zabranu emitovanja 30 minuta prije i nakon tih sadržaja. Pravna regulativa u toj zemlji takođe predviđa mjere zaštite maloljetnika u cilju prevencije zavisnosti od kockanja ili klađenja. Francusko regulatorno tijelo bilježi nekoliko slučajeva neophodnog reagovanja zbog sponzorstva od strane priređivača igara na sreću tokom prenosa važnog sportskog nacionalnog prvenstva. Nadležnosti su podijeljene između regulatora za igre na sreću i regulatora za AVM usluge (ARCOM). Na zahtjev ARCOM-a, agencije za prodaju radio i TV oglasa su usvojile dva kodeksa ponašanja: (1) Kodeks ponašanja koji reguliše obim i koncentraciju komercijalnih komunikacija priređivača igara na sreću i (2) Povelju o etičkim pravilima u vezi pominjanja klađenja u programskim sadržajima, posebno sportskim.

I u Njemačkoj su zakonski propisi, između ostalog, usmjereni na prevenciju zavisnosti od kockanja i klađenja, kao i na stvaranje okvira za efikasno suočavanje sa takvim problemom, što prije svega podrazumijeva ograničavanje ponude kockanja i zaštitu maloljetnika. Operatori igara na sreću dužni su da uvedu sistem ranog upozorenja („*early warning system*“) u cilju identifikacije igrača koji pokazuju učestalost, ili su u riziku od razvijanja zavisnosti. Postoji limit od 1.000 EUR mjesečno za sve ponude za kockanje ili klađenje na mreži. Oglašavanje online kazina je zabranjeno u periodu od 6 do 21 čas¹⁴, a zabranjeni su i oglasi u kojima se pojavljuju sportisti ili funkcioneri. Dozvoljeno je, međutim, sponzorisnje

¹² <https://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/skupstina/zakon/2020/18/5> („Službeni glasnik RS“, broj 18/20)

¹³ <https://www.zakon.hr/z/315/Zakon-o-igramama-na-sre%C4%87u> (NN 87/09,35/13,158/13,41/14,143/14,114/22 na snazi od 1.1.2023.)

¹⁴ 21:00 sat je granični period prije kojeg se u Njemačkoj ne mogu emitovati sadržaji koji nijesu primjereni za lica mlađa od 16 godina.

sportskih timova ili stadiona, dok oglašivači igara na sreću ipak moraju biti uzdržani od oglašavanja neposredno prije ili tokom sportskih prenosa uživo.

U Italiji je 2018. godine donesen zakon kojim je zabranjen svaki vid oglašavanja igara na sreću i to u svim medijima. Razlog tome je utrostručen broj ljudi sa patološkim poremećajem kockarskog ponašanja u samo jednoj deceniji.

U Norveškoj je na snazi zabrana za sve vrste oglašavanja klađenja ili kockanja, izuzev nekoliko državnih kompanija koje posjeduju posebnu dozvolu. Cilj zabrane je smanjivanje negativnih posljedica kockanja i zaštita dijela populacije koja je u riziku od razvijanja zavisnosti. Uprkos zabrani, prisutne su oglasne poruke iz drugih zemalja koje targetiraju domaću publiku upotrebom norveškog jezika, te poznatih norveških ličnosti u spotovima. Kako je takav vid oglašavanja u suprotnosti sa norveškim zakonima koji regulišu kockanje, Norveška je uvela ograničenje pristupa takvim komercijalnim AVM uslugama na zahtjev, za sve vrste platformi.

Javni servisi u Španiji ne emituju oglašavanje sportskog klađenja, dok je na komercijalnim medijima ovakav vid oglašavanja veoma prisutan. Kako je oglašavanje tokom sportskih prenosa evidentirano i u *prime time*-u, kada su sadržaju izloženi i maloljetnici, uz veliki broj oglasa za klađenje na portalima tih medija čak i u okviru sadržaja namijenjenih djeci, zakonskim propisima uvedena je politika odgovornog kockanja. Sprovedenjem mjera za ublažavanje rizika zavisnosti od kockanja predviđeno je da oglašavanje igara na sreću smije biti emitovano samo između 1 i 5 časova u toku noći, s izuzetkom direktnih sportskih prenosa koji počinju poslije 20 časova. U španskim medijima zabranjene su oglasne poruke koje podstiču kompulzivno ponašanje, oglasi koji povezuju kockanje sa uspjehom ili moralnom superiornošću, kao i oni koji sugerišu da je kockanje vještina, a ne slučajnost uspjeha u igri. Zabranjeno je i da se poznate ličnosti pojavljuju u spotovima oglasa namijenjenim klađenju.

U Holandiji je, pružaocima linearnih AVM usluga (emiterima), zabranjeno da oglašavaju igre na sreću. Za AVM usluge na zahtjev imaju dodatna pravila, a najvažnije je to da oglašavanje igara na sreću mogu emitovati samo ukoliko mogu dokazati da je najmanje 95% njihovih korisnika starije od 24 godine.

Kompanije licencirane za organizovanje online kockanja na teritoriji Bugarske, potpisale su zajednički memorandum, koji propisuje osnovne principe i pravila za društveno odgovorno oglašavanje njihovih aktivnosti sa pažnjom i odgovornošću prema društvu. Ova pravila su dodatak zahtjevima za oglašavanje kockanja navedenim u Zakonu o kockanju i predstavljaju dobrovoljna dodatna ograničenja koja priređivači igara na sreću preduzimaju u javnom interesu i radi zaštite ranjivih grupa među potrošačima. Prema Memorandumu, kompanije koje imaju dozvolu za organizovanje online kockanja u Republici Bugarskoj 2023. godine, neće angažovati osobe mlađe od 23 godine u svojim oglasima, neće objavljivati iznos bonusa, gotovine i/ili nagrada u radio i televizijskim oglasima i neće emitovati oglasne poruke na radiju i televiziji u periodu od 5 do 18 časova, osim u okviru prenosa sportskih događaja i aktivnosti. Takođe je dogovoreno da će svaka oglasna poruka sadržati poziv na odgovorno kockanje¹⁵.

¹⁵ Odgovorno kockanje podrazumijeva svaki aspekt koji podstiče „informisano i razumno“ donošenje odluka i smanjuje vjerovatnoću rizičnog ponašanja.

Metodološki okvir

Informacija o zastupljenosti oglasa za sportsko klađenje na televizijskim programima urađena je na osnovu podataka dobijenih softverskom obradom, te na osnovu monitoringa programa emitovanog u periodu 15-21. januara, odnosno 19-25. februara 2024. godine (00 do 24 časa).

Informacija obuhvata uporednu analizu podataka prikupljenih tokom dvije sedmice:

- *prva, kojom su obuhvaćeni prenosi značajnih sportskih događaja;*
- *druga, kada su u programima monitoringom obuhvaćenih televizija emitovane uobičajene programske šeme, tj. kada nema značajnih sportskih dešavanja.*

Analizom je, takođe, dat prikaz učesća oglasnih poruka za sportsko klađenje u ukupno emitovanim oglasnim porukama prikazanim na programima posmatranih emitera, u pogledu broja, odnosno njihovog trajanja.

Premda se oglasi za klađenje vezuju uglavnom za sportski program, ova analiza obuhvata rezultate dobijene i u vezi drugih programskih žanrova. Uz to, analizom su izvedeni podaci koji se tiču učestalosti prikazivanja oglasa, u odnosu na početak ili kraj emisije, odnosno emitovanje tokom trajanja određenog programskog sadržaja.

Informacija o zastupljenosti oglasa za klađenje predstavlja rezultate prikupljene obradom podataka o programskim sadržajima Prvog i Drugog televizijskog programa nacionalnog javnog emitera Radio Televizija Crne Gore, kao i programa tri opšta komercijalna TV emitera sa nacionalnim pokrivanjem:

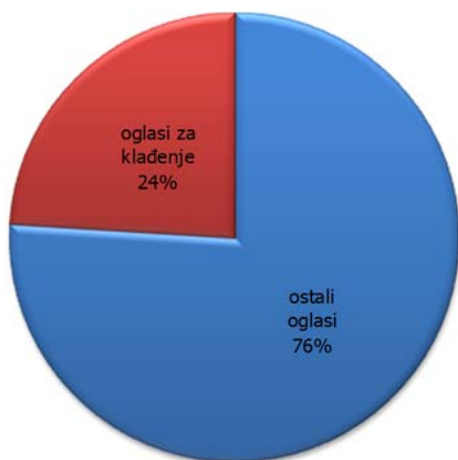
- *„Prvi program Televizije Crne Gore“ i*
- *„Drugi program Televizije Crne Gore“,*
- *„Televizija Vijesti“ d.o.o., emiter televizijskog programa „TV Vijesti“,*
- *„AST“ d.o.o., emiter televizijskog programa „Prva TV“ i*
- *„Nova M“ d.o.o., emiter televizijskog programa „TV Nova M“.*

Rezultati izvedeni na osnovu kvantitativne obrade podataka, dati su u nastavku teksta.

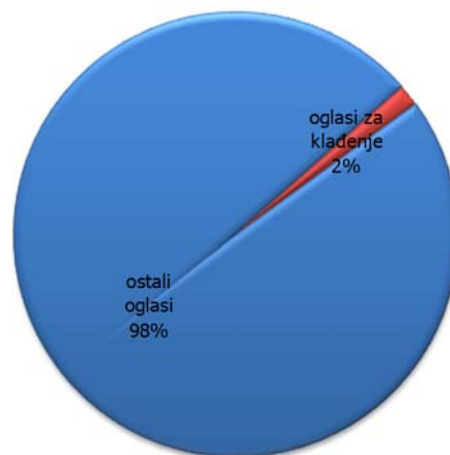
Oglasi za sportsko klađenje na programima televizija u Crnoj Gori

Tokom prve sedmice, u periodu od 15. do 21. januara 2024. godine, na programima pet opštih televizijskih emitera u Crnoj Gori prikazano je ukupno 3.185 oglasnih poruka, od čega 765 oglasa za sportsko klađenje. Važno je, međutim, napomenuti da su navedeni podaci izvedeni analizom programa TV emitera tokom sedmice u toku koje se odvijalo Evropsko prvenstvo u vaterpolu, odnosno Evropsko prvenstvo u rukometu.

Analizom druge sedmice, u toku koje monitoringom obuhvaćene televizije emituju uobičajene programske šeme, tj. kada na programu nema značajnijih sportskih događaja, u periodu od 19. do 25. februara 2024. godine, utvrđeno je da je emitovano ukupno 4.638 oglasnih poruka, od čega je svega 71 oglasna poruka bila namijenjenja sportskom klađenju.



Grafik 1: Učešće oglasa za klađenje u ukupnom broju emitovanih oglasa (januar 2024.)

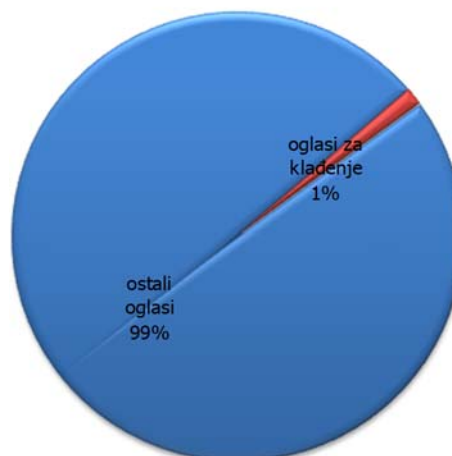


Grafik 2: Učešće oglasa za klađenje u ukupnom broju emitovanih oglasa (februar 2024.)

	Ukupno trajanje oglasa (HH:MM:SS)	Trajanje oglasa za sportsko klađenje (HH:MM:SS)
15-21. januar 2024.	18:04:49	02:22:48
19-25. februar 2024.	23:37:11	00:17:55

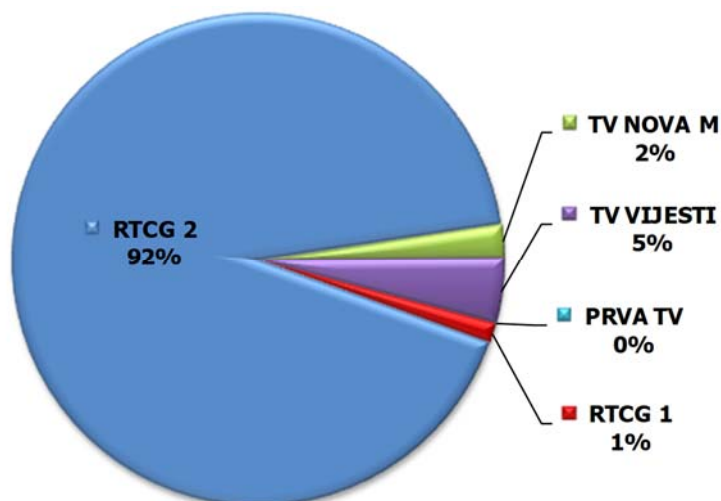


Grafik 3: Učešće oglasa za klađenje u ukupnom trajanju ostalih emitovanih oglasa (januar 2024.)



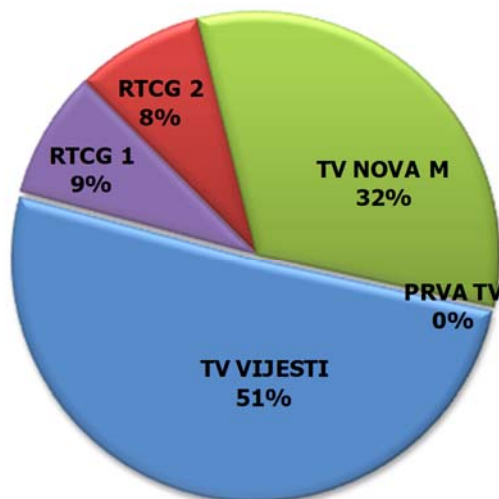
Grafik 4: Učešće oglasa za klađenje u ukupnom trajanju ostalih emitovanih oglasa (februar 2024.)

U januarskoj sedmici analize, najviše oglasnih poruka za sportsko klađenje emitovano je na Drugom programu Televizije Crne Gore (RTCG 2), čak 92% ukupno emitovanih oglasa namijenjenih klađenju. Važno je naglasiti da je na ovom programu emitovan prenos Evropskog prvenstva u vaterpolu, odnosno Evropskog prvenstva u rukometu. Na programu Prve TV u tom periodu nijesu emitovani oglasi ovog tipa.



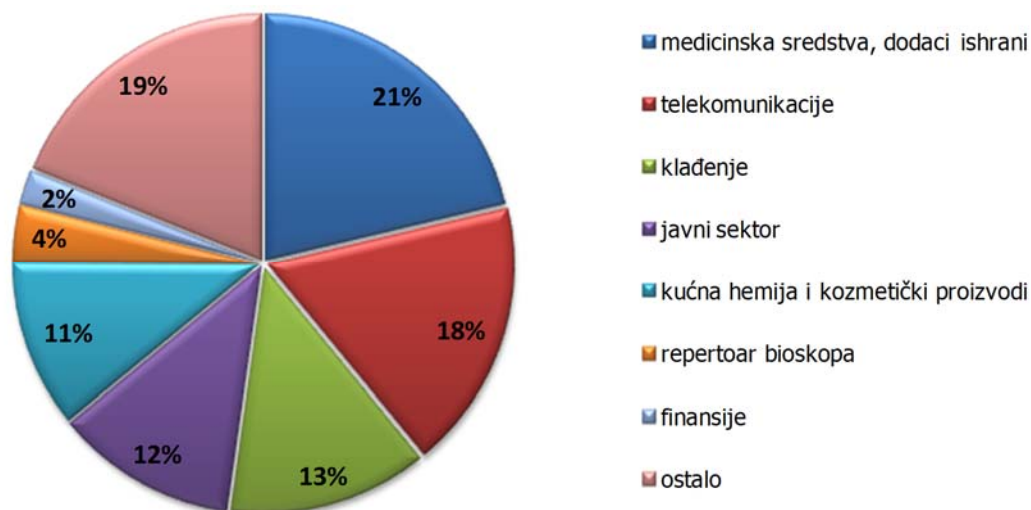
Grafik 5: Učešće oglasa za klađenje u programima posmatranih TV emitera (januar 2024.)

Tokom februarske sedmice obuhvaćene monitoringom, kada se na programima odabranih TV emitera prikazuju uobičajene programske šeme, tj. kada na programu nema značajnijih sportskih događaja, najviše oglasa za sportsko klađenje emitovano je na programu Televizije Vijesti, oko polovine ukupno emitovanih oglasa namijenjenih sportskom klađenju. Na Prvoj TV ni tokom ove sedmice analize nijesu evidentirani oglasi igara na sreću.



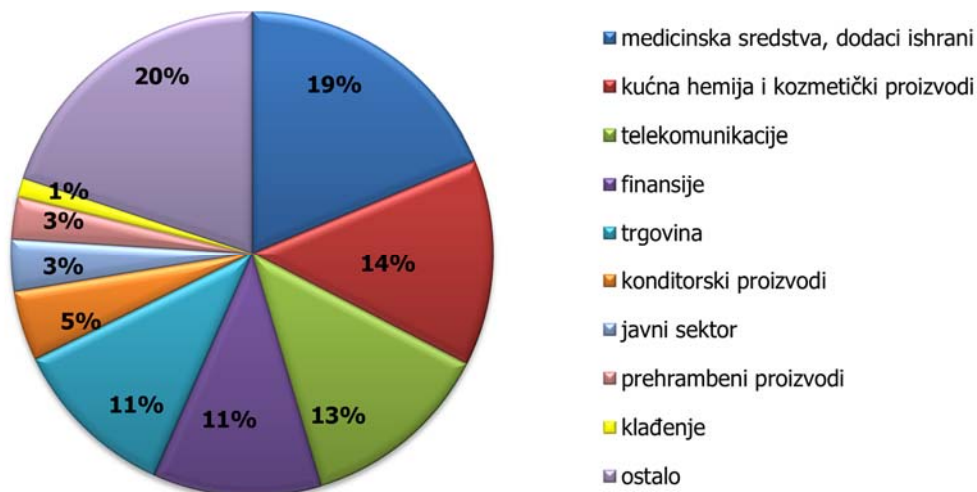
Grafik 6: Učešće oglasa za klađenje u programima posmatranih TV emitera (februar 2024.)

Posmatrajući udio oglasa za sportsko klađenje u odnosu na ukupno emitovane oglase različitih oblasti oglašavanja (različitih roba i usluga) na programima crnogorskih televizijskih emitera obuhvaćenih monitoringom, u prvoj analiziranoj sedmici, u periodu od 15. do 21. januara 2024. godine, oglasi za sportsko klađenje čine 13%.



Grafik 7: Oglasi za sportsko klađenje vs oglasi različitih roba ili usluga (januar 2024.)

Tokom druge sedmice analize, u periodu od 19. do 25. februara 2024. godine, kada se na programima pet opštih televizijskih emitera prikazuju uobičajene programske šeme, udio oglasa za sportsko klađenje u odnosu na ukupno emitovane oglase različitih oblasti oglašavanja, iznosi svega 1%.



Grafik 8: Oglasi za sportsko klađenje vs oglasi različitih roba ili usluga (februar 2024.)

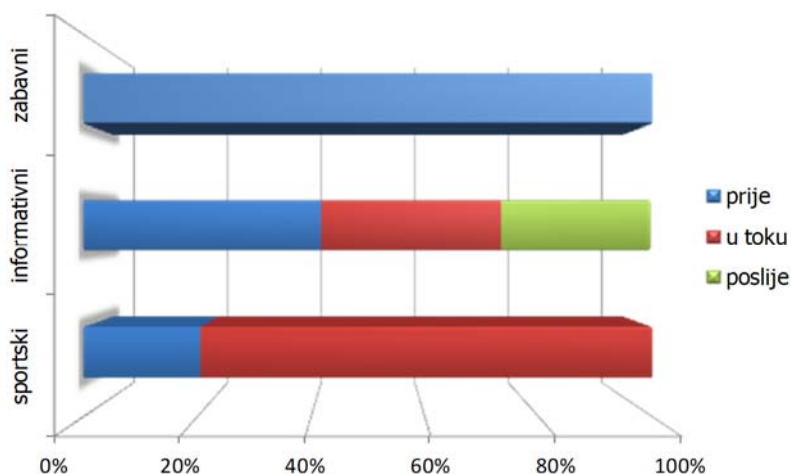
Od ukupno emitovanih oglasa različitih oblasti, tokom obje sedmice analize, najveći procenat oglašavanja zauzimaju oglasi za medicinska sredstva i dodatke ishrani, što je u januaru iznosilo 21%, a u

februaru 19%. Visok procenat tokom dvije analizirane sedmice zauzimaju i oglasi iz oblasti telekomunikacija, 18% u januaru, te 13% u narednom mjesecu. Marketinške poruke za kućnu hemiju i kozmetičke proizvode čine 11% u januarskoj, odnosno 14% u februarskoj sedmici analize. Oglašavanje ostalih roba ili usluga zauzimaju različite pozicije u odnosu na dva ciklusa analize.

U prvoj sedmici analize, u periodu od 15. do 21. januara 2024. godine, oglasi za sportsko klađenje uglavnom se vezuju za sportski program, kada je njihovo emitovanje najučestalije. Tokom trajanja emisija ovog programskog žanra emitovano je 579 oglasa za sportsko klađenje, od čega je najveći broj emitovan tokom prenosa Evropskog prvenstva u vaterpolu, odnosno Evropskog prvenstva u rukometu, čak 551 oglas. Uoči emisija sportskog programa emitovano je 148 oglasa za sportsko klađenje.

U toku emisija informativnog programa, tačnije tokom oglasne sječe između blokova centralnih informativnih emisija, ili u oglasnim blokovima current affair programa, emitovano je devet oglasa za sportsko klađenje. Uoči emisija informativnog programa emitovano je 13, a po završetku programskih sadržaja navedenog žanra sedam oglasa igara na sreću.

U oglasnim blokovima tokom trajanja emisija zabavnog programa emitovano je devet oglasa za sportsko klađenje.

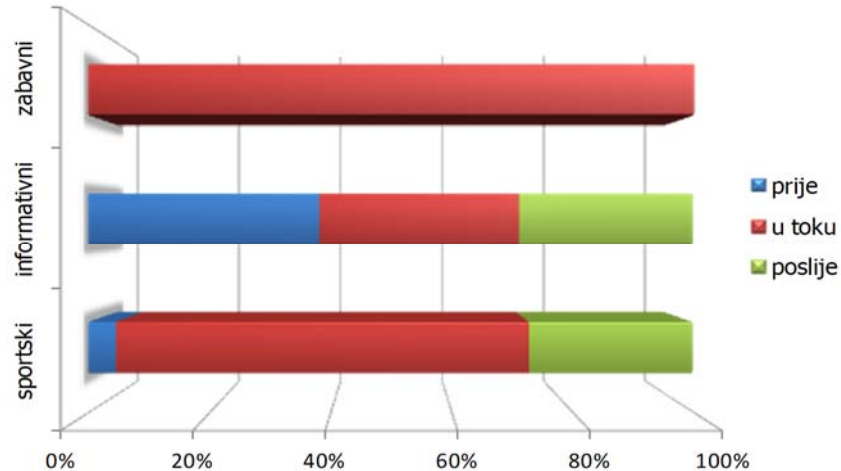


Grafik 9: Učešće oglasa za sportsko klađenje u odnosu na vrijeme emitovanja oglasa/oglasnih blokova u različitim programskim žanrovima (januar 2024.)

U periodu od 19. do 25. februara 2024. godine, tokom druge sedmice analize, najviše oglasa za sportsko klađenje takođe se vezuje za sportski program, ali u neuporedivo manjoj mjeri u odnosu na januarsku sedmicu analize, svega 29 oglasnih poruka. U toku trajanja emisija sportskog programa emitovano je 20 oglasa za sportsko klađenje, uoči programskih sadržaja jedna oglasna poruka, te nakon emisija ovog programskog žanra osam oglasa namijenjenih sportskom klađenju.

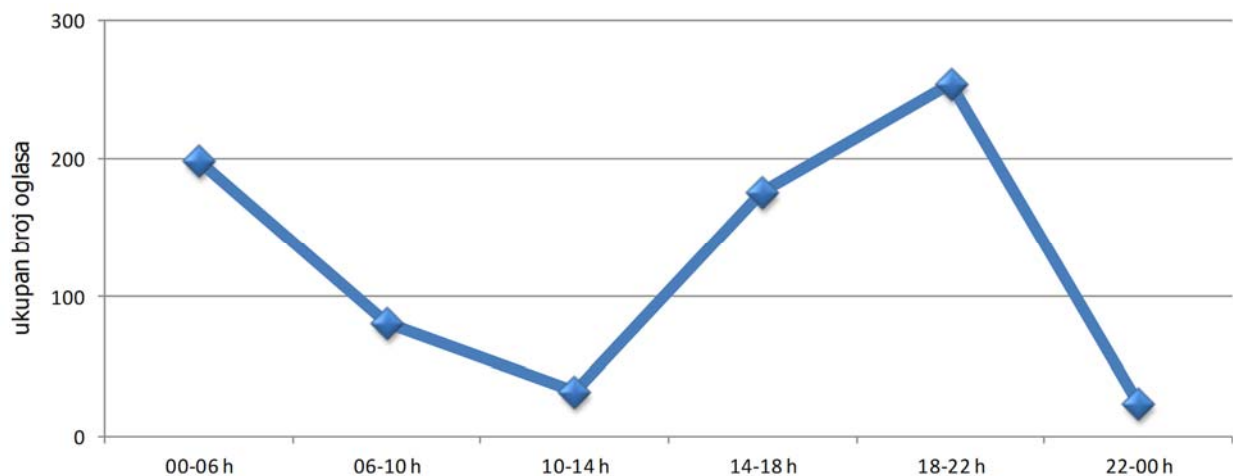
U toku emisija informativnog programa, tačnije tokom oglasne sječe između blokova centralnih informativnih emisija, ili u oglasnim blokovima current affair programa, emitovano je osam oglasa za sportsko klađenje. Uoči početka emisija informativnog karaktera emitovano je sedam, a nakon emisija tog žanra devet oglasa namijenjenih sportskom klađenju.

U oglasnim blokovima tokom trajanja zabavnih emisija emitovano je 18 oglasa igara na sreću.



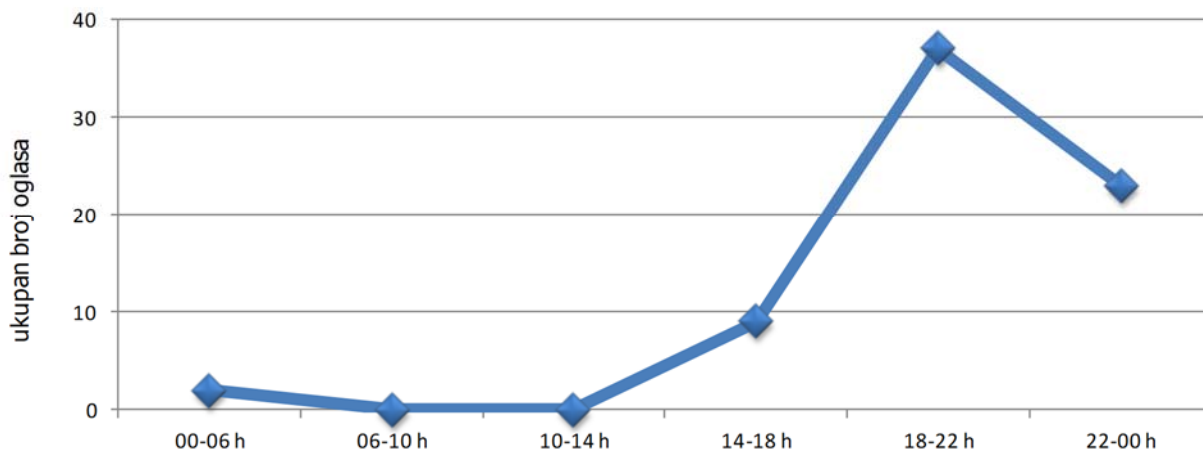
Grafik 10: Učešće oglasa za sportsko klađenje u odnosu na vrijeme emitovanja oglasa/oglasnih blokova u različitim programskim žanrovima (februar 2024.)

Posmatrajući dnevnu dinamiku, tokom prve posmatrane sedmice analize, u periodu od 15. do 21. januara 2024. godine, oglasi namijenjeni sportskom klađenju najčešće su emitovani u terminu od 18 do 22 sata, nakon čega broj emitovanih oglasa ovog tipa značajno opada. Učestalo emitovanje oglasa za klađenje zabilježeno je i od ponoći do 6 sati, kada su na programu uglavnom emitovane reprize prenosa utakmica. Značajan broj oglasnih poruka igara na sreću emitovan je i između 14 i 18 časova.



Grafik 11: Učestalost oglasa za sportsko klađenje tokom dana (januar 2024.)

Slična dnevna dinamika oglasa za klađenje zabilježena je tokom druge sedmice analize, u periodu od 19. do 25. februara 2024. godine, kada su oglasi takođe najučestaliji u terminu od 18 do 22 sata. Slijede oglasi emitovani od 22 sata do ponoći, dok je tokom ostalih termina zabilježen zanemarljiv broj oglasa za klađenje.



Grafik 12: Učestalost oglasa za sportsko klađenje tokom dana (februar 2024.)

Ocjene i zaključci

1. Oglasi priređivača igara na sreću na televizijama u Crnoj Gori se u najvećoj mjeri emituju za vrijeme većih sportskih događaja. Rezultati ove analize pokazuju da je broj oglasa u sedmici u toku koje se odvijalo Evropsko prvenstvo u vaterpolu, odnosno Evropsko prvenstvo u rukometu, bio oko deset puta veći od broja oglasa emitovanih u sedmici kada emiteri realizuju uobičajene programske šeme (765 vs 71).
2. Tokom sedmice u kojoj se na programima posmatranih televizija emituju značajna sportska takmičenja, broj oglasa za klađenje čini gotovo jednu četvrtinu ukupno emitovanih oglasnih poruka (24%). S druge strane, zbog prosječno kratkog trajanja spotova igara na sreću (11 sekundi), udio oglasa za klađenje u ukupnom trajanju emitovanih oglasa skoro dvostruko je manji (13%). Tokom sedmice s uobičajenim programskim šemama posmatranih TV emitera, udio oglasa za sportsko klađenje iznosi svega 2% ukupnog broja emitovanih poruka, te u ukupno emitovanom trajanju oglasa 1%.
3. Najviše oglasa za sportsko klađenje emitovano je na Drugom programu Televizije Crne Gore (RTCG 2), tokom prenosa Evropskog prvenstva u vaterpolu, odnosno Evropskog prvenstva u rukometu. Tokom dva ciklusa obuhvaćena analizom, na programu Prve TV nije emitovan nijedan oglas priređivača igara na sreću.
4. Posmatrajući različite oblasti oglašavanja, konstatovano je da su tokom obje sedmice analize najveći procenat oglasnog prostora zauzeli oglasi za medicinska sredstva i dodatke ishrani. U oba navrata visok procenat učešća imaju i oglasi telekomunikacionih operatera, dok oglašavanje ostalih roba ili usluga zauzima različite pozicije u odnosu na dva ciklusa analize.
5. Oglasi za sportsko klađenje uglavnom se vezuju za emisije sportskog programa. Najveći broj oglasa ovog tipa, proporcionalno ukupno emitovanim oglasima tokom obje sedmice analize, emitovan je u oglasnim blokovima u toku trajanja sportskih sadržaja.

6. Za oba ciklusa analize važi da se priređivači igara na sreću najmanje oglašavaju između 10 i 14 časova. Najveća učestalost oglasa za klađenje tokom dvije sedmice analize zabilježena je u oglasnim porukama između 18 i 22 sata.

7. Shodno navedenom, oglasne poruke igara na sreću najčešće se emituju u terminu kada postoji velika vjerovatnoća da će ih najmlađi gledaoci vidjeti. Posebno zabrinjava činjenica da se oglasi igara na sreću vezuju za sportske emisije koje su nerijetko predmet interesovanja i djece i mladih. Budući da istraživanja pokazuju da je dostupnost ovakvih sadržaja jedan od vodećih faktora razvijanja zavisnosti, trebalo bi razmotriti mogućnost i opravdanost uvođenja dodatnih mjera kojima bi se ograničila promocija (oglašavanje) ponude ovih usluga u vrijeme kad je vjerovatno da će joj biti izloženi maloljetnici. Naime, posebnu pažnju bi trebalo obratiti na termine emitovanja, tehnike oglašavanja, sadržaj oglasnih poruka, sponzorisane velikih sportskih događaja, te angažovanje sportskih ili drugih popularnih ličnosti u oglasima. S tim u vezi, posebna pažnja svih organa uključenih u definisanje i primjenu okvira za obavljanje djelatnosti priređivanja igara na sreću trebalo bi da bude usmjerena na jačanje zaštite maloljetnika i stvaranje bezbjednog medijskog prostora koji će doprinositi smanjenju rizika od štetnih efekata igara na sreću, naročito onih koje su dostupne putem interneta.

8. Iako samo oglašavanje kladionica ili klađenja ne može dovesti do masovnog učestvovanja u klađenju, istraživanja pokazuju da učestali oglasi u kombinaciji s drugim faktorima ipak šalju poruku u tom smjeru. Imajući u vidu da izloženost ovakvim sadržajima može dovesti do „normalizacije“ kockarskog ponašanja, čineći ga prihvatljivim segmentom svakodnevnog života, od presudne je važnosti obezbijediti način koji će omogućiti bolju zaštitu konzumenata ovakvih oglasnih sadržaja, posebno maloljetnika.

9. Kako bi se umanjila izloženost najmlađih, ali i smanjio rizik za razvijanje zavisnosti cijele populacije, trebalo bi razmotriti mjere koje su uvedene u pojedinim evropskim zemljama, a u cilju ograničavanja dostupnosti oglašavanja igara na sreću. Među njima su: posebni/dodatni granični period za oglašavanje igara na sreću radnim danima (od 8 do 9, te od 17 do 20 časova), odnosno tokom vikenda i praznika (od 9 do 12 časova), zatim dobno označavanje ovakvih sadržaja, uključivanje apela za odgovorno klađenje, izbjegavanje prikrivenog oglašavanja kroz uredničke sadržaje i sl.

Pripremila: Marija Aligrudić
Odobrila: Jadranka Vojvodić 

