



Crna Gora
AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE

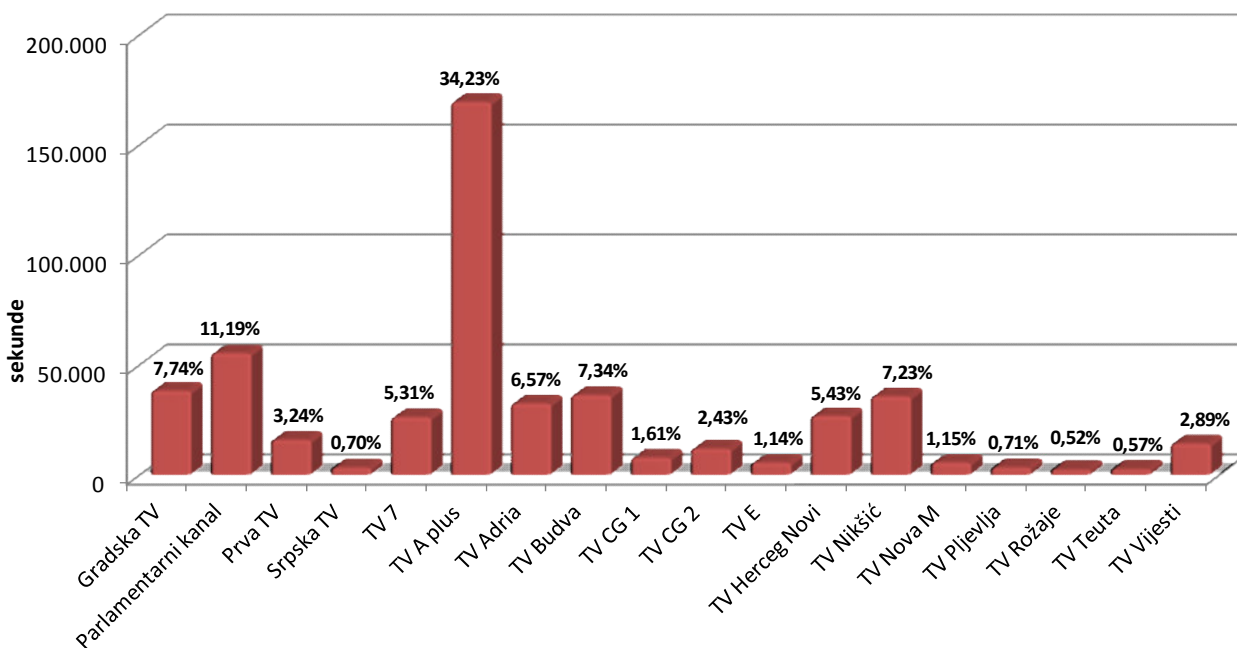
Broj: 02 – 1388
Podgorica, 07.06.2023. godine

PRELIMINARNI IZVJEŠTAJ
O MEDIJSKOM PREDSTAVLJANJU TOKOM KAMPANJE
ZA IZBORE ZA POSLANIKE U SKUPŠTINI CRNE GORE
koji će biti održani 11. juna 2023.g.

Podaci u izvještaju dati su za 18 **televizijskih programa** i utvrđeni su **monitoringom programa** u periodu od 19. do 31. maja u terminima od 7 do 24 časa.

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programu 18 televizijskih emitera je za navedeni period iznosilo **približno 138 sati**.

Približno trećina ukupnog medijskog predstavljanja zabilježena je u programu TV A plus. Navedeno je uzrokovano činjenicom da je TV A plus u okviru svog programa emitovala uredničke sadržaje (*politički talk show*) u kojima je vršeno medijsko predstavljanje, a koji su reprizirani i do 9 puta. Sa izuzetkom ove televizije, najviše ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog) zabilježeno je u programu Parlamentarnog kanala (11,19%), Gradske TV (7,74%), Televizije Budva (7,34%), Televizije Nikšić (7,23%) i Televizije Adria (6,57%).

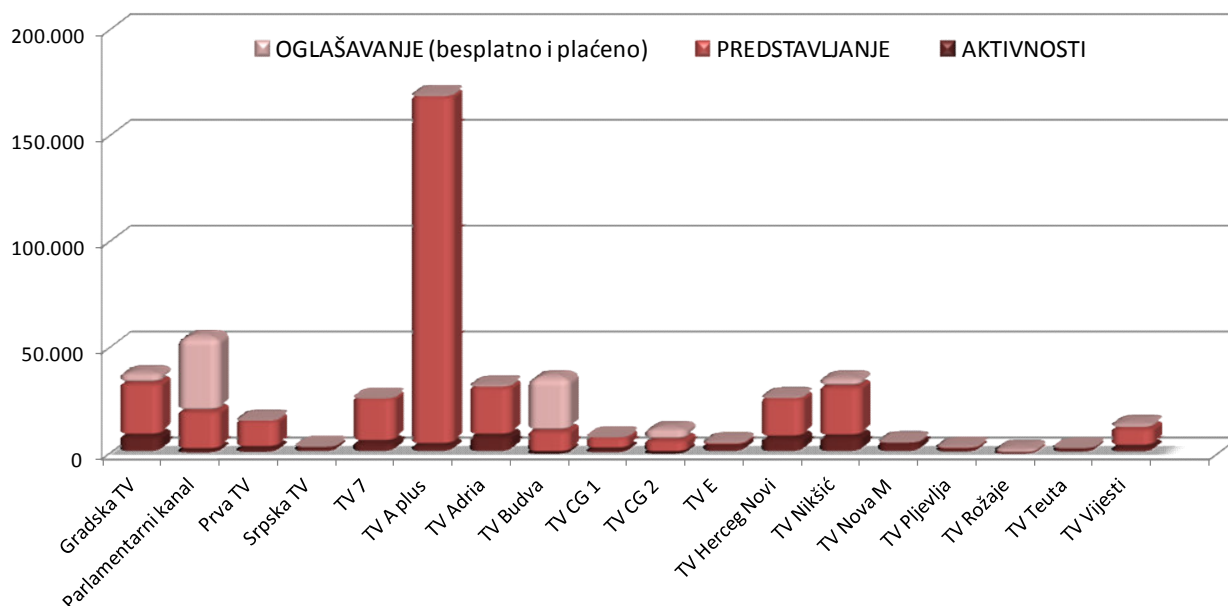


Grafik 1: Medijsko predstavljanje po emiteru

Posmatrano po vrsti, gotovo 70% medijskog predstavljanja je realizovano kroz posebne emisije u kojima je vršeno predstavljanje i promocija izbornog programa.

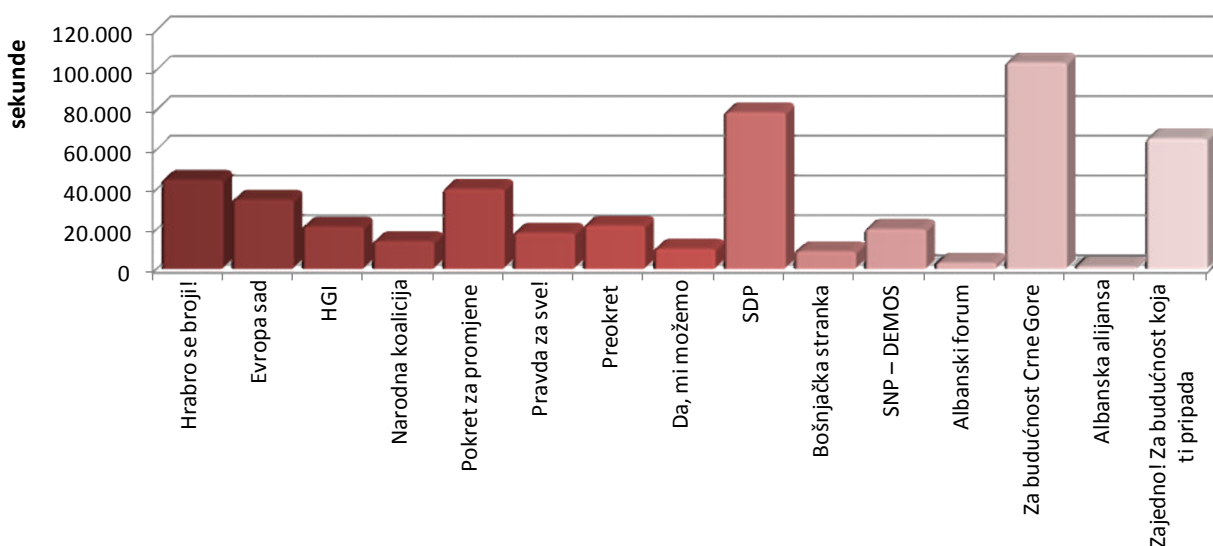
Na oglašavanje se odnosilo približno 17% sadržaja i to dominantno na besplatno političko oglašavanje koje su javni emiteri u obavezi da obezbijede saglasno Zakonu o izboru odbornika i poslanika. U posmatranom periodu zabilježena je mala količina plaćenog političkog oglašavanja.

Približno 13% ukupnog medijskog predstavljanja se odnosilo na izvještavanje (u okviru informativnih emisija) o aktivnostima izbornih lista.



Grafik 2: Vrste medijskog predstavljanja po emiteru

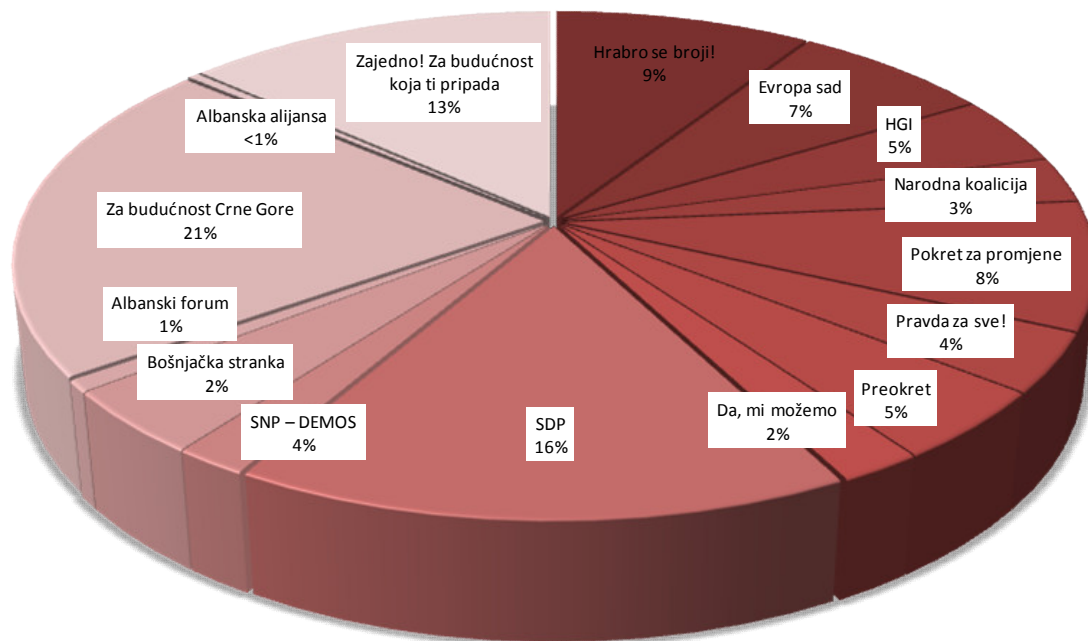
Posmatrano po izbornim listama najviše sadržaja je posvećeno televizijskom medijskom predstavljanju izborne liste *Za budućnost Crne Gore*, dok se najmanje medijskog predstavljanja odnosilo na liste *Albanski forum* i *Albanska alijansa*.



Grafik 3: Medijsko predstavljanje po izornoj listi

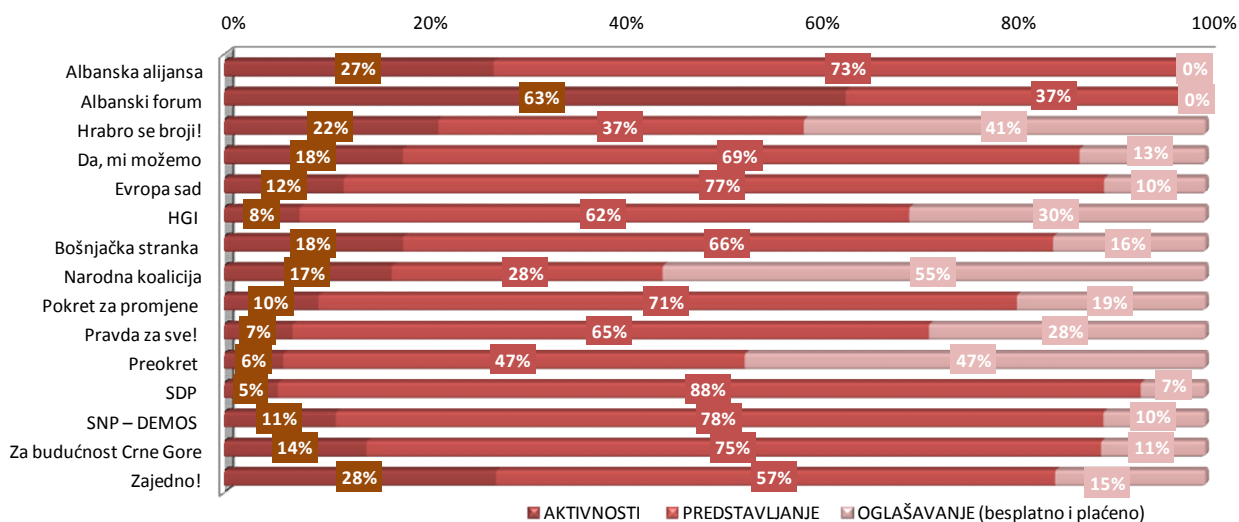
U posmatranom periodu, od ukupnog medijskog predstavljanja (besplatnog i plaćenog), 21% se odnosilo na listu *Za budućnost Crne Gore* i 16% na listu *SDP – Za našu kuću*. U cilju ispravnog tumačenja

ovog podatka daje se napomena da je na procenat medijskog predstavljanja liste SDP uticalo emitovanje jednog sadržaja u trajanju od gotovo dva sata, u kojem je gostovao predstavnik navedene političke partije, a koji je u okviru programa TV A plus, uz premijerno emitovanje, repriziran 9 puta (ukoliko bi se izuzeo ovaj sadržaj ukupno medijsko predstavljanje SDP-a bi iznosilo svega 4%)¹. Na predstavljanje koalicije *Zajedno!* se odnosilo 13% ukupnog medijskog predstavljanja. Slijede *Hrabro se broji* sa 9%, *Pokret za promjene* 8% i *Evropa sad* sa 7%. Liste *Preokret* i *HGI* su u posmatranom periodu ostvarile po 5% ukupnog medijskog predstavljanja, *Pravda za sve!* i *SNP-DEMOS* po 4%, lista *Narodna koalicija* 3% dok su liste *Da, mi možemo* i *Bošnjačka stranka* ostvarile po 2%. Na predstavljanje liste *Albanski forum* se odnosilo 1%, a na predstavljanje liste *Albanska alijansa* manje od 1% ukupnog medijskog predstavljanja.



Grafik 4: Medijsko predstavljanje po kandidatu (procenat)

Posmatrajući strukturu medijskog predstavljanja lista pojedinačno, dominantan način predstavljanja su posebne emisije u kojima se vrši promocija izbornog programa.

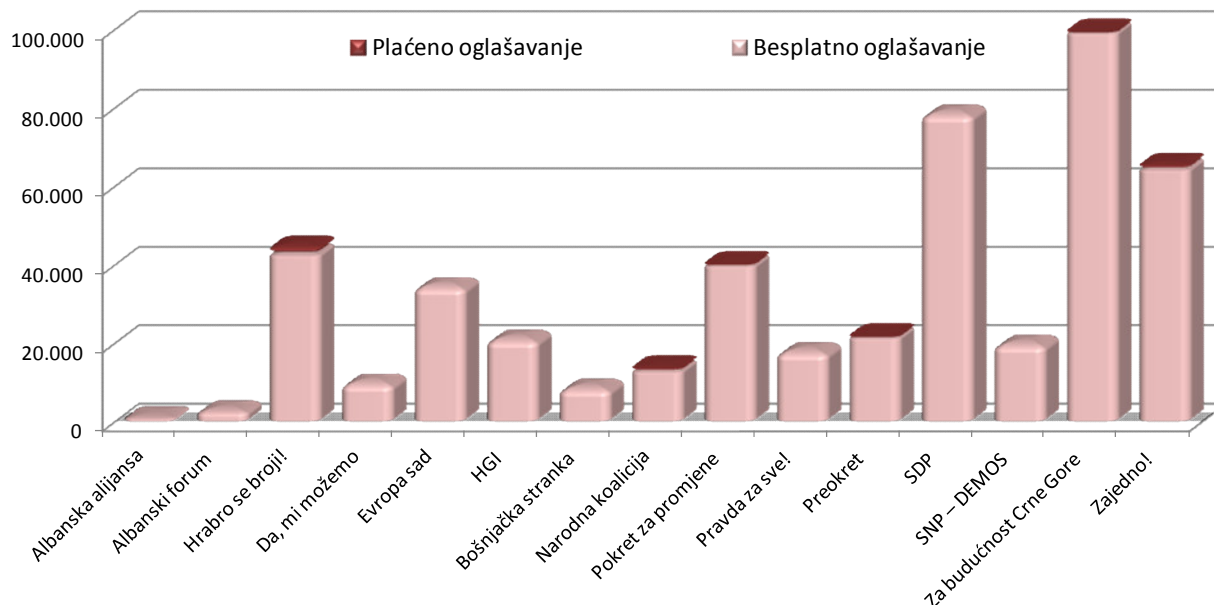


Grafik 5: Struktura medijskog predstavljanja po izornoj listi (procenat)

¹ Reprizna emitovanja sadržaja u okviru programa TV A plus su uticala i na procenat koji se odnose na liste *Za budućnost Crne Gore*, *Zajedno!* i *Pokret za promjene*, ali ne u mjeri kako je to slučaj za listu *SDP*.

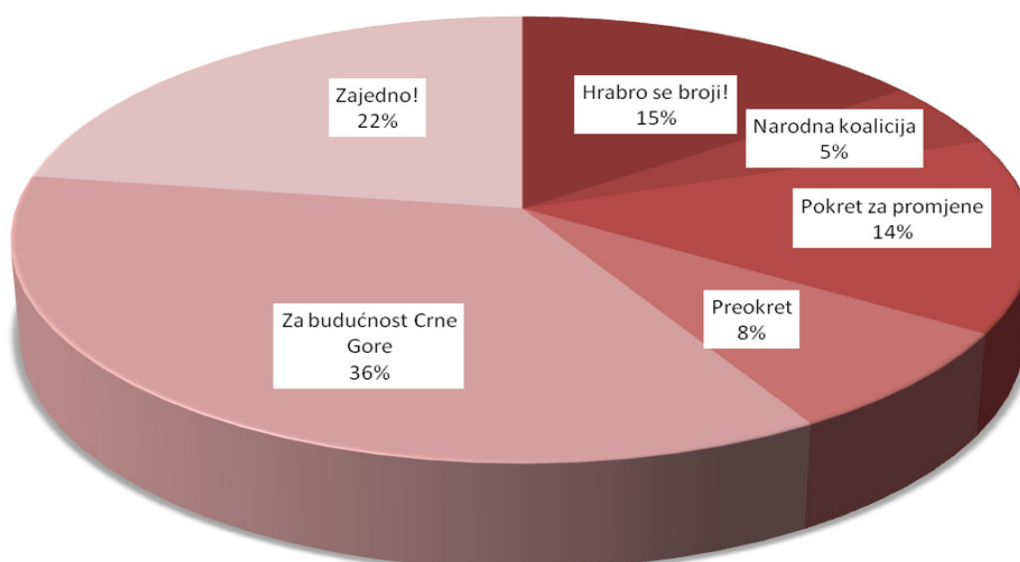
U posmatranom periodu gotovo cjelokupno oglašavanje se odnosilo na besplatno oglašavanje u programima javnih emitera. Svega šest od ukupno 15 izbornih lista je imalo plaćeno političko oglašavanje.

Daje se posebna napomena da je u programu komercijalnog emitera TV A plus zabilježeno besplatno političko oglašavanje lista *Hrabro se broji* i *Pokret za promjene*. Saglasno članu 50 stav 2 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano je da su komercijalni emiteri dužni da podnosiocima izbornih lista, pod jednakim uslovima, omoguće plaćeno političko oglašavanje. Takođe, emiter je u obavezi da oglasni sadržaj naplati saglasno cjenovniku dostavljenom Agenciji za sprječavanje korupcije.



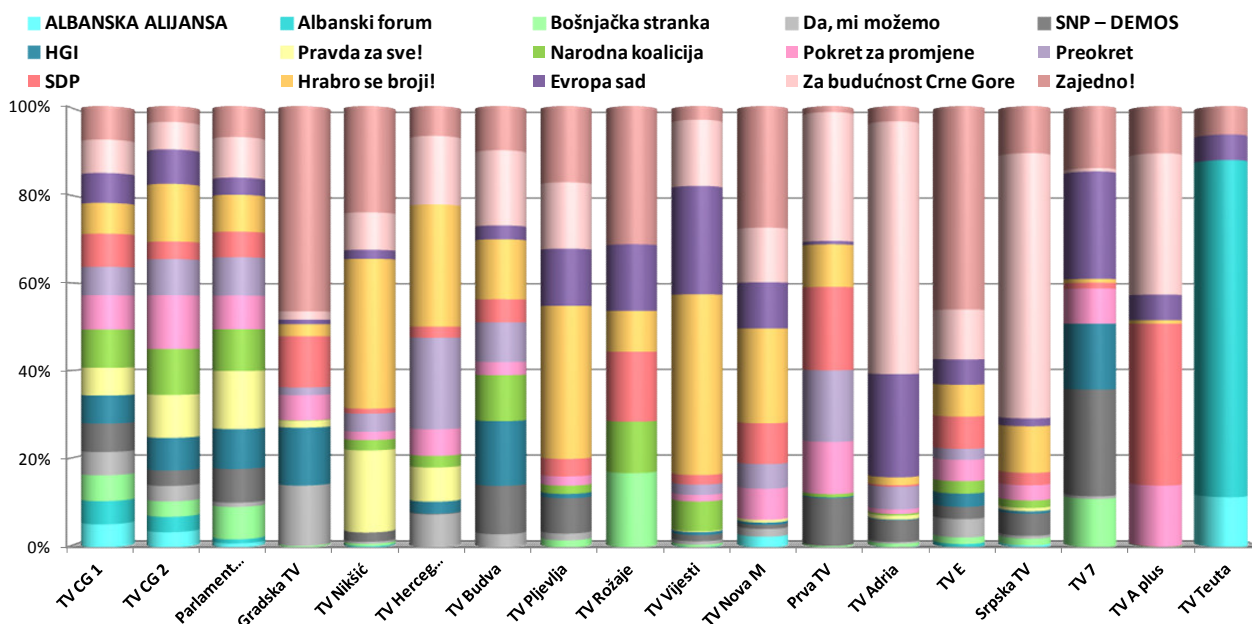
Grafik 6: Struktura medijskog predstavljanja po izornoj listi (besplatno vs plaćeno)

Posmatrajući plaćeno medijsko predstavljanje (plaćeno oglašavanje), 36% se odnosilo na listu *Za budućnost Crne Gore*, 22% na listu *Zajedno!*, 15% na listu *Hrabro se broji* i 14% na listu *Pokret za promjene*. Lista *Preokret* je imala 8% ukupnog plaćenog oglašavanja i lista *Narodna koalicija* 5%.



Grafik 7: Plaćeno oglašavanje po izornoj listi (procenat)

U nastavku je dat grafički prikaz ukupno ostvarenog vremena medijskog predstavljanja koje su liste pojedinačno realizovale kroz program 18 posmatranih televizijskih emitera.



Grafik 8: Ukupno medijsko predstavljanje po emiteru, po listi

Preliminarne ocjene i zaključci:

- Po službenoj dužnosti pokrenuto je ukupno 9 postupaka za kršenje standarda propisanih Pravilnikom o pravima i obavezama emitera.
- Pokrenuti postupci se odnose:
 - jedan postupak zbog emitovanja medijskog predstavljanja bez prethodno usvojenih pravila (TV Jadran);
 - dva postupka zbog korišćenja maloljetnika u političke svrhe (Parlamentarni program i TV Rožaje);
 - jedan postupak zbog raspoređivanja političkog oglašavanja 15 minuta prije ili nakon dječije emisije (TVCG2);
 - četiri postupka zbog neoznačenog/prikrivenog medijskog predstavljanja, najčešće u okviru informativnih emisija (TV Srpska, TV A Plus, TV Prva, TV Adria);
 - jedan postupak zbog prikrivenog medijskog predstavljanja u okviru kulturno-umjetnickog, dokumentarno-obrazovnog, sportskog ili zabavnog sadržaja (TV Nikšić).
- U odnosu na kampanju tokom izbora za Predsjednika Crne Gore, zabilježeno je unapređenje u postupanju javnih emitera koji su tokom kampanje za parlamentarne izbore dosljedno primjenjivali član 51 Zakona o izboru odbornika i u okviru svojih programa nijesu omogućavali plaćeno političko oglašavanje.
- Daje se posebna napomena da je u programu komercijalnog emitera TV A plus zabilježeno besplatno političko oglašavanje lista *Hrabro se broji* i *Pokret za promjene*. Saglasno članu 50 stav 2 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano je da su komercijalni emiteri dužni da podnosiocima izbornih lista, pod jednakim uslovima, omoguće plaćeno političko oglašavanje.

• Zabilježeno je plaćeno političko oglašavanje u okviru programa Televizije Pink M, koja je u nadležnosti regulatornog organa Republike Srbije. Plaćeno političko oglašavanje se odnosilo na listu *Hrabro se broji*. Političko oglašavanje u okviru programa koji nijesu registrovani u Crnoj Gori umanjuje napore za uspostavljanje mehanizama regulacije izbornih kampanja na nivou države.

• U navedenom periodu nije bilo prigovora na rad emitera u vezi sa medijskim predstavljanjem. Agencija nije primila ni jedan prigovor podnijet od strane predstavnika izbornih lista.


DIREKTORICA
Sunčica Bakić

