



crne gore

**IZVJEŠTAJ  
O MEDIJSKOM  
PREDSTAVLJANJU  
TOKOM KAMPANJA ZA  
LOKALNE IZBORE  
U BUDVI (26. maj 2024.) I  
ANDRIJEVICI (02. jun 2024.)**



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA ELEKTRONSKE MEDIJE**  
**Broj: 02-633/24-746**  
**Podgorica, 19.06.2024.godine**

## **I Zakonski okvir**

**Zakon o izboru odbornika i poslanika<sup>1</sup>**, u okviru Poglavlja VII Predstavljanje podnosilaca izbornih lista i kandidata sa izbornih lista (čl. 50 - 64b.), reguliše prava i obaveze elektronskih i štampanih medija u toku predizborne kampanje.

*Predstavljanje izbornih lista posredstvom javnih emitera, u skladu sa ovim zakonom, vrši se na osnovu pravila koja donosi nadležni organ javnog emitera, odnosno komercijalnog i neprofitnog emitera. Pravila se moraju donijeti i učiniti dostupnim javnosti u roku od najkasnije 10 dana od dana raspisivanja izbora.*

*Pravo na medijsko praćenje u predizornoj kampanji počinje od dana potvrđivanja izborne liste učesnika predizborne kampanje i prestaje 24 časa prije dana održavanja izbora.*

*Ovaj Zakon propisuje da se od dana potvrđivanja izborne liste, stiče pravo da se posredstvom nacionalnog javnog emitera Radio Televizija Crne Gore, kao i posredstvom regionalnih i lokalnih javnih emitera, u okviru istih dnevnih termina, odnosno rubrika, svakodnevno, u jednakom trajanju i besplatno obavještavaju građani o izbornim listama, programima i aktivnostima.*

*Radio Televizija Crne Gore, regionalni i lokalni javni emiteri obavezni su da, u vrijeme izborne kampanje, u blokovima komercijalnog marketinga, svakodnevno, u jednakom trajanju i u istom terminu, obezbijede besplatno i ravnopravno objavljivanje najava svih promotivnih skupova podnosilaca izbornih lista.*

*Članom 51 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano je da javnim emiterima nije dozvoljeno da pod bilo kojim uslovima omogućavaju reklamiranje van blokova besplatnog političkog marketinga, koji su ravnopravno obezbijedeni za sve liste.*

*Takođe, javni emiteri su obavezni da u blokovima komercijalnog marketinga obezbijede emitovanje:*

- ▣ *političko-propagandnih TV-klipova, odnosno audio-klipova, u obimu ne manjem od 200 sekundi dnevno, zavisno od planiranog broja reklamnih blokova političkog marketinga;*

<sup>1</sup> „Sl. list RCG“, br. 4/98, 5/98, 17/98, 14/00, 8/00, „Sl. list SRJ“, br. 73/00, 9/01, 41/02, 46/02, 45/04, 48/06, 56/06, „Sl. list CG“, br.46/11, 14/14, 47/14, 12/16, 60/17, 10/18 i 109/20

- *trominutnih izvještaja sa promotivnog skupa, dva puta dnevno, u terminima odmah nakon centralnih večernjih informativnih emisija televizije i radija.*

*Televizija Crne Gore i Radio Crne Gore obavezni su da, u vrijeme izborne kampanje, u okviru informativno-političkog programa, organizuju i emituju nedjeljno najmanje dvije jednoiposatne emisije sučeljavaja, u terminu od 20 do 23 sata.*

*Saglasno **Zakonu o elektronskim medijima**<sup>2</sup>, poglavlje „4. Političko oglašavanje i izborne kampanje”, **političko oglašavanje je** definisano kao "oglašavanje, sa ili bez finansijske nadoknade, kojim se preporučuje podnosilac potvrđene izborne liste ili kandidat ili njihove aktivnosti, ideje ili politički stavovi". Predviđeno je i da se ono ne uračunava u dozvoljeno vrijeme trajanja oglašavanja u smislu čl. 92 i 93 ovog zakona (oglasne kvote). Ukoliko nije drugačije propisano, na političko oglašavanje primjenjuju se odredbe ovog zakona koje se odnose na oglašavanje.*

*Zakonom je predviđeno da Savjet Agencije za elektronske medije, najkasnije sedam dana od dana raspisivanja izbora, usvaja propis kojim se bliže uređuju uslovi za realizaciju prava i obaveza emitera kada su u pitanju izborne kampanje i političko oglašavanje.*

*Takođe je predviđeno i da podnosilac potvrđene izborne liste ili nadležni državni organ za sprovođenje izbornog postupka može podnijeti prigovor u vezi sa radom emitera u smislu člana 55 Zakona o elektronskim medijima, a to se odnosi na obaveze vezane za:*

*(1) poštovanje privatnosti i dostojanstva građana i zaštitu integriteta maloljetnih lica;*

*(2) čuvanje snimaka;*

*(3) reemitovanje sadržaja, davanje doprinosa slobodnom, istinitom, cjelovitom, nepristrasnom i blagovremenom informisanju javnosti o događajima u zemlji i inostranstvu, poštovanju i promociji osnovnih ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrijednosti, institucija i pluralizma ideja, kao i unapređenju kulture javnog dijaloga i poštovanju jezičkih standarda;*

*(4) upotrebu jezika u radijskim i televizijskim programima.*

*Predviđeno je da se ovi prigovori podnose nadležnom organu emitera, koji je dužan da donese odluku u roku od 24 časa od prijema prigovora.*

*Nadalje, propisano je da se protiv odluke nadležnog organa emitera, u roku od 24 časa od njenog prijema, može podnijeti žalba Savjetu Agencije za elektronske medije, koji je dužan da donese odluku u roku od 24 časa od prijema žalbe.*

*Predsjednik Crne Gore je 26. marta 2024. godine, donio Odluku<sup>3</sup> o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Budva, koji će biti održani 26. maja 2024. godine.*

*Predsjednik Crne Gore je 30. marta 2024. godine, donio Odluku<sup>4</sup> o raspisivanju izbora za odbornike u Skupštini opštine Andrijevića, koji će biti održani 02. juna 2024. godine.*

*Saglasno Zakonu o elektronskim medijima, Savjet Agencije za elektronske medije je usvojio **Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Budva, koji će biti održani 26. maja 2024. godine, br. 01-014/24-384/3 od 02.04.2024.g.**<sup>5</sup> i **Pravilnik o pravima i obavezama emitera tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Andrijevića, koji će biti održani 02. juna 2024. godine, br. 01-014/24-400/3 od 05.04.2024.g.**<sup>6</sup> (u daljem tekstu: pravilnici).*

*Pravilnicima su bliže uređeni uslovi za realizaciju prava i obaveza emitera kada je u pitanju određena izborna kampanja i političko oglašavanje, a u cilju obezbjeđivanja istinitog, blagovremenog i*

<sup>2</sup> "Sl. list CG", br. 46/10, 40/11, 53/11, 6/13, 55/16, 92/17 i 82/20

<sup>3</sup> "Sl. list CG", br. 27/24

<sup>4</sup> "Sl. list CG", br. 29/24

<sup>5</sup> "Sl. list CG", br. 31/24

<sup>6</sup> "Sl. list CG", br. 32/24

*nepriistrasnog informisanja građana o svim fazama postupka i različitim stavovima tokom izborne kampanje, pod ravnopravnim uslovima za sve učesnike u izornoj kampanji.*

*Javni emiter odnosno komercijalni ili neprofitni emiter, koji je omogućavao medijsko predstavljanje, morao je usvojiti i učiniti javnim **posebna pravila o medijskom predstavljanju**. Pravila donosi Savjet javnog emitera, odnosno osnivač komercijalnog ili neprofitnog emitera. Pravilima se utvrđuju oblici medijskog predstavljanja, njihovo trajanje i raspoređivanje, kao i način odlučivanja o redosljedu političkog oglašavanja odnosno predstavljanja u okviru informativno-političkih programa. Emiteri su bili dužni da Agenciji za elektronske medije (u daljem tekstu: Agencija) dostave pravila predstavljanja u okviru svakog pojedinog radijskog ili televizijskog programa, najkasnije deset dana od dana raspisivanja izbora.*

*Medijsko predstavljanje se, saglasno pravilnicima, ostvarivalo kroz programske sadržaje namijenjene informisanju o predizbornim aktivnostima partija, njihovom predstavljanju ili političkom oglašavanju. Svi oblici medijskog predstavljanja morali su biti lako prepoznatljivi, audio i vizuelno odvojeni od ostalih programskih sadržaja i jasno označeni obavještenjem „**Lokalni izbori**“. Ukoliko se program emituje na albanskom jeziku, medijsko predstavljanje je moralo biti jasno označeno tekstualnim obavještenjem „Lokalni izbori“ i na tom jeziku.*

*Političko oglašavanje se emituje u blokovima sa naznakom da li je besplatno ili plaćeno i ne može biti dio bloka sa oglasima koji nemaju političku prirodu.*

*Emiteri su bili dužni da vode evidenciju emitovanih programskih sadržaja od značaja za medijsko predstavljanje, koja uključuje sljedeće podatke: datum, vrijeme emitovanja i naziv sadržaja; da li se radi o plaćenom ili besplatnom političkom oglašavanju; ime naručioca političkog oglašavanja; neto vrijeme emitovanja. **Evidenciju emitovanog medijskog predstavljanja** emiteri su bili dužni da dostavljaju Agenciji svakog ponedjeljka za prethodnu sedmicu.*

## Budva (maj 2024)

### II – 1 Polazni podaci

Opštinska izborna komisija Budva je dana 11.05.2024.g. utvrdila sljedeću zbirnu izbornu listu<sup>7</sup>:

OPŠTINA BUDVA
1. „Budva naš grad - Nikola Jovanović“
2. „Demokrate-Ojačaj.Obnovi.Oživi. - Budva odlučuje - Đorđe Zenović“
3. „Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad“ (NSD,DNP, SNP, PZP, UCG, DEMOS, Prava CG, Radnička partija, Slobodna CG)
4. „Evropa sad - Budva ima šansu - Dr Predrag Zenović“
5. „Crnogorska evropska Budva - Novak Adžić – CEP“
6. „Budva može bolje!“ prof. dr Nikola Milović - Demokratska partija socijalista CG
7. „URA - Dr Dritan Abazović - Drugačije!“
8. „Čist izbor - Petar Odžić“
9. „Dr Vujičić Božidar - Za stvarne promjene“

Tabela 1. Zbirna izborna lista

Saglasno izdatim odobrenjima za emitovanje programa, u Crnoj Gori postoji 71 elektronski medij: 46 radijskih i 25 televizijskih programa, i to:

- 15 televizijskih programa komercijalnih emitera;
- 4 televizijska programa nacionalnog javnog emitera;
- 6 televizijskih programa lokalnih javnih emitera;
- 26 radijskih programa komercijalnih emitera;
- 2 radijska programa nacionalnog javnog emitera;
- 15 radijskih programa lokalnih javnih emitera;
- 3 radijska programa neprofitnih emitera.

Posebna pravila o medijskom predstavljanju za izbore u Budvi usvojilo je 29 emitera, za 16 radijskih i 13 televizijskih programa, i to:

TELEVIZIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA	
Radio Televizija Crne Gore	Televizija Crne Gore (TVCG1, TVCG2, TVCG3)
Lokalni javni emiter Radio Televizija Budva d.o.o.	TV Budva
Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica d.o.o.	Gradska TV
TELEVIZIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA	
Lutrija Crne Gore a.d.	TV 7
Adria TV d.o.o.	TV Adria
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju-AI	Srpska TV
A Plus Media Group d.o.o.	TV A Plus
Nova M d.o.o.	TV Nova M
AST d.o.o.	TV Prva
Televizija Vijesti d.o.o.	TV Vijesti
Lipa media d.o.o.	TV E

Tabela 2. Televizijski emiteri koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju

<sup>7</sup> Zbirna izborna lista br. 70-01/24 od 11.05.2024.g.

<b>RADIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA</b>	
Radio Televizija Crne Gore	Radio Crne Gore (RCG1, RCG2)
Lokalni javni emiter Radio Televizija Budva d.o.o.	Radio Budva
Lokalni javni emiter Radio televizija Podgorica d.o.o.	Radio Gradski
<b>RADIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA</b>	
Antena M d.o.o.	Radio Antena M
Jumedia Mont d.o.o.	Radio D
M.D. Company d.o.o.	Radio D Plus
Media International Corporation d.o.o.	Radio DRS
Oki Air Broadcasting d.o.o.	Radio Elmag
Oki Air Broadcasting d.o.o.	Radio Mag
Oki Air Broadcasting d.o.o.	El Radio
Oki Air Broadcasting d.o.o.	Arena Radio
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju - AI	Srpski Radio
HIT FM d.o.o.	Radio S3
Neboelectronic d.o.o.	Radio S
TDI Radio d.o.o.	Radio TDI

Tabela 3. Radijski emiteri koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju

Agencija je na svojoj internet stranici [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org) <https://aemcg.org/>, pored usvojenog Pravilnika o pravima i obavezama emitera za ove lokalne izbore i njemu pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni emiteri, koji su tokom kampanje za izbore od 26. maja omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

## II – 2 Metodološki okvir

Podaci u izvještaju odnose se na devet **televizijskih programa (Televizija Crne Gore – Prvi, Drugi i Parlamentarni program), Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV E, Adria TV i TV Budva)** i utvrđeni su **monitoringom programa** u periodu od 10. do 24. maja 2024.g. u terminima od 7 do 24 časa<sup>8</sup>.

Imajući u vidu broj emitera koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju, monitoring je vršen i metodom uzorka na osnovu evidencija emitovanog medijskog predstavljanja koje su emiteri bili dužni da dostavljaju Agenciji svakog ponedjeljka za prethodnu sedmicu. U cilju sagledavanja dosljednosti poštovanja pravila predstavljanja, vršena je kontrola primjene pravilnika Agencije i za emitere koji nijesu usvojili posebna pravila medijskog predstavljanja. Kontrola je vršena metodom uzorka.

Na osnovu monitoringa programa, odnosno dostavljenih evidencija, prikupljeni su podaci koji se odnose na: (1) naziv i vrijeme emitovanja programskog sadržaja u kojem je vršeno medijsko predstavljanje, (2) trajanje medijskog predstavljanja i (3) vrstu medijskog predstavljanja, **po emiteru i izbornoj listi**.

Polazeći od Pravilnika koji propisuje da se medijsko predstavljanje ostvaruje kroz (1) programske sadržaje namijenjene informisanju o predizbornim aktivnostima partija, (2) njihovom predstavljanju ili (3) političkom oglašavanju, analizirano je medijsko predstavljanje po vrsti i to:

- (1) Informisanje o predizbornim aktivnostima. U ovu grupu su svrstani prilozi i informacije, **prvenstveno iz informativnog programa**, koje se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa press konferencija i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista, stavove ili mišljenja.

Izuzetak čine najave i izvještaji sa promotivnih skupova koje su javni emiteri emitovali **u blokovima komercijalnog marketinga, proizvedeni od strane izbornih lista**. Ova vrsta medijskog predstavljanja je svrstana u kategoriju političko oglašavanje.

U kategoriju informisanje o predizbornim aktivnostima nijesu ušle informacije i prilozi koji se odnose na tehničke i servisne informacije vezane za tok izbornog postupka u kojima se vrši spominjanje izborne liste bez jasnog promotivnog upućivanja na njegove aktivnosti, stavove ili mišljenja. U navedenu grupu nijesu ušla saopštenja, izjave i komentari različitih subjekata koji se odnose na tok izbornog procesa i ne mogu se povezati sa promotivnim aktivnostima izborne liste.

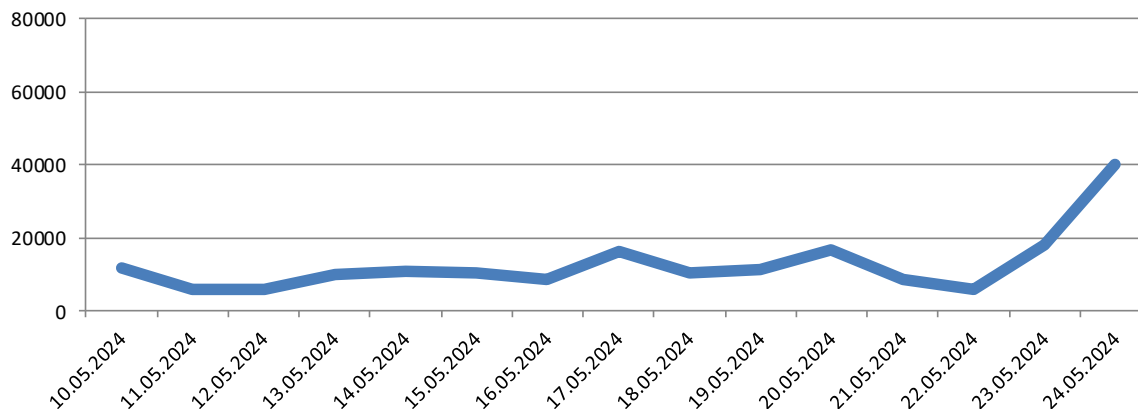
- (2) Predstavljanje izborne liste. U ovu grupu su svrstane debate, sučeljavanja, intervjui i druge posebne emisije, isključivo posvećene izborima, u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima, idejama i mišljenjem predstavnika izbornih lista. Vrijeme trajanja emisija u kojima je učestvovalo više izbornih lista je podijeljeno jednako na sve učesnike emisije. U vrijeme trajanja uračunate su i reprize emisija u kojima je vršeno predstavljanje.
- (3) Političko oglašavanje. U ovu grupu su svrstani političko-propagandni sadržaji emitovani u blokovima tzv. političkog marketinga, spotovi i drugi vidovi političke komercijalne audiovizuelne komunikacije. U ovu grupu su svrstani i svi drugi oblici medijskog predstavljanja koje je emiter označio („politički marketing“, „plaćeni termin“ i sl.) da su vršeni uz naknadu. U ovu grupu su za javne emitere svrstani i sadržaji opisani u tački (1) stav 2.

<sup>8</sup> Izuzetak predstavlja Parlamentarni program Televizije Crne Gore koji emituje program od 8 - 23 časa.



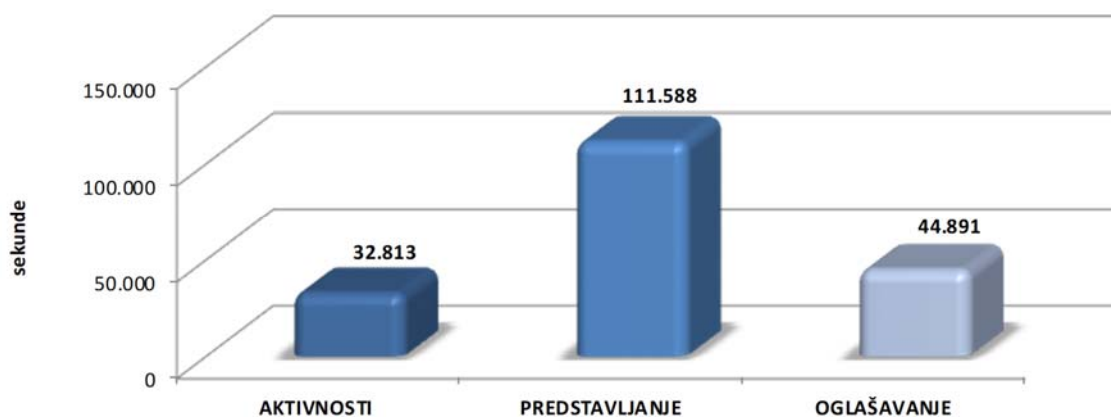
## II – 3 Medijsko predstavljanje

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja u posmatranim televizijskim programima, za period od 10. do 24. maja 2024. godine, iznosilo je **189.292 sekunde ili približno 52 sata i 34 minuta za period od 15 dana.**



Grafik 1: Ukupna količina medijskog predstavljanja tokom kampanje – trend (izraženo u sekundama)

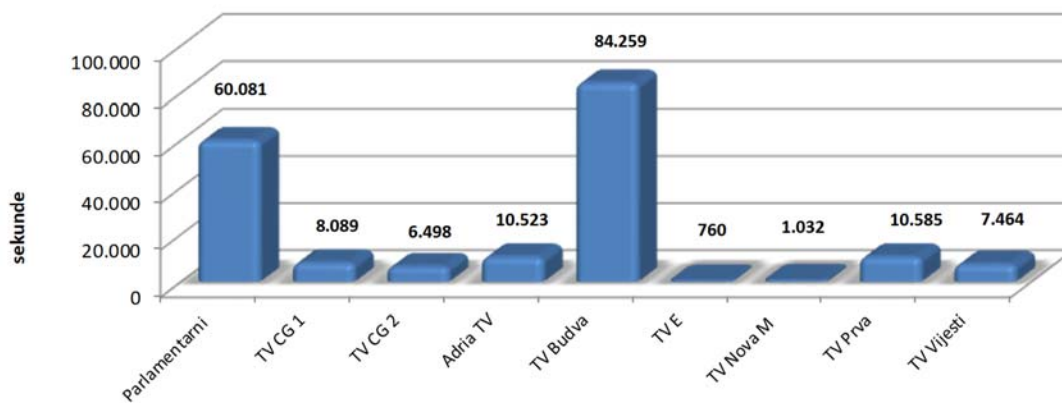
Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija predstavljanje, koja se odnosi na posebne emisije posvećene isključivo izborima (debate, sučeljavanja, intervjui...), a u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima i porukama predstavnika izbornih lista.



Grafik 2: Struktura medijskog predstavljanja po vrsti (izraženo u sekundama)

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je u programu TV Budva (44,5%) i na Parlamentarnom programu (31,7% ukupnog medijskog predstavljanja). U ostalim programima bilo je značajno manje medijskog predstavljanja. U programima TV Prva i Adria TV emitovano je po 5,6%, na Prvom programu TVCG 4,3%, dok je na TV Vijesti emitovano 4% ukupnog medijskog predstavljanja. Na TVCG 2 emitovano je približno 3,4%, dok je u programu TV Nova M emitovano 0,55%, a u programu TV E 0,40% ukupnog medijskog predstavljanja.





Grafik 3: Količina medijskog predstavljanja po emiteru

Posmatrajući strukturu medijskog predstavljanja po vrsti, najveća količina medijskog predstavljanja je zabilježena kroz *predstavljanje izborne liste*<sup>9</sup>. Kroz ovu formu realizovano je 59% ukupnog medijskog predstavljanja.

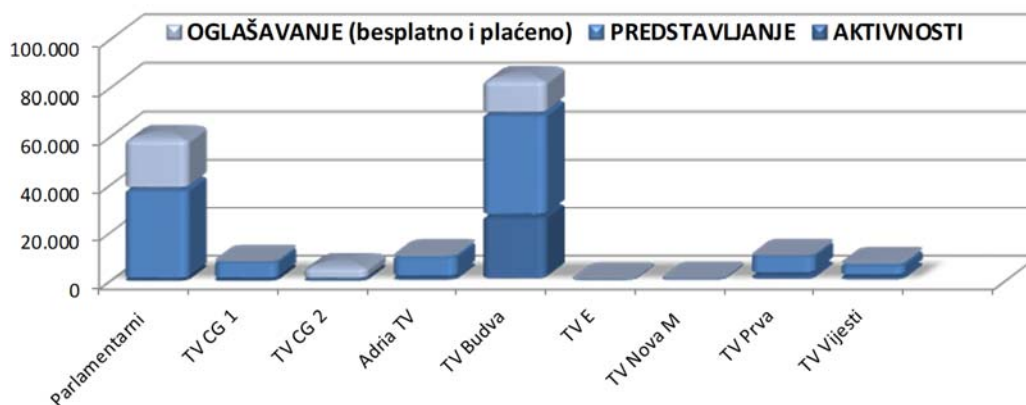
Najviše posebnih emisija posvećenih izborima emitovano je na TV Budva, koja je imala dva okrugla stola sa predstavnicima svih devet lista. Tokom devet dana emitovane su i posebne emisije („*Predstavljanje*“) u kojima su gostovali predstavnici svih izbornih lista. Pored toga, deseta emisija sadržaja „*Predstavljanje*“, bila je označena kao plaćeni termin, a u njoj je gostovao predstavnik liste „*Dr Vujičić Božidar - Za stvarne promjene*“.

U okviru Parlamentarnog programa realizovana je jedna debata sa predstavnicima svih izbornih lista, a svi oni su imali priliku da svoje programe predstave i u posebnim emisijama („*Predstavljanje izbornih lista*“), koje su emitovane tokom devet dana. Predstavljanje izbornih lista realizovano je i na Prvom programu TVCG, kao i u programima većine posmatranih komercijalnih emitera (izuzetak su TV Nova M i TV E).

Kroz formu *oglašavanja* realizovano je skoro 24% ukupnog medijskog predstavljanja, ubjedljivo najviše na Parlamentarnom programu, iza koga slijedi TV Budva. Oglašavanja nije bilo u programima TVCG 1, TV E, TV Nova M i TV Prva.

U cilju ispravnog tumačenja navedenih podataka mora se imati u vidu da, saglasno odredbama članova 53 i 53a Zakona o izboru odbornika i poslanika, Radio-televizija Crne Gore i lokalni javni emiteri imaju obavezu da, u vrijeme izborne kampanje, u blokovima komercijalnog marketinga, svakodnevno, u jednakom trajanju i u istom terminu, obezbijede besplatno i ravnopravno objavljivanje najava i izvještaja sa promotivnih skupova, kao i političko propagandnih klipova, podnosilaca izbornih lista. Ova vrsta medijskog predstavljanja je proizvedena od strane izbornih lista, i saglasno metodologiji, svrstana u kategoriju političko oglašavanje.

<sup>9</sup> Vidjeti pojašnjenje (tačka 2) na strani 6.



Grafik 4: Struktura medijskog predstavljanja po vrsti, po emiteru

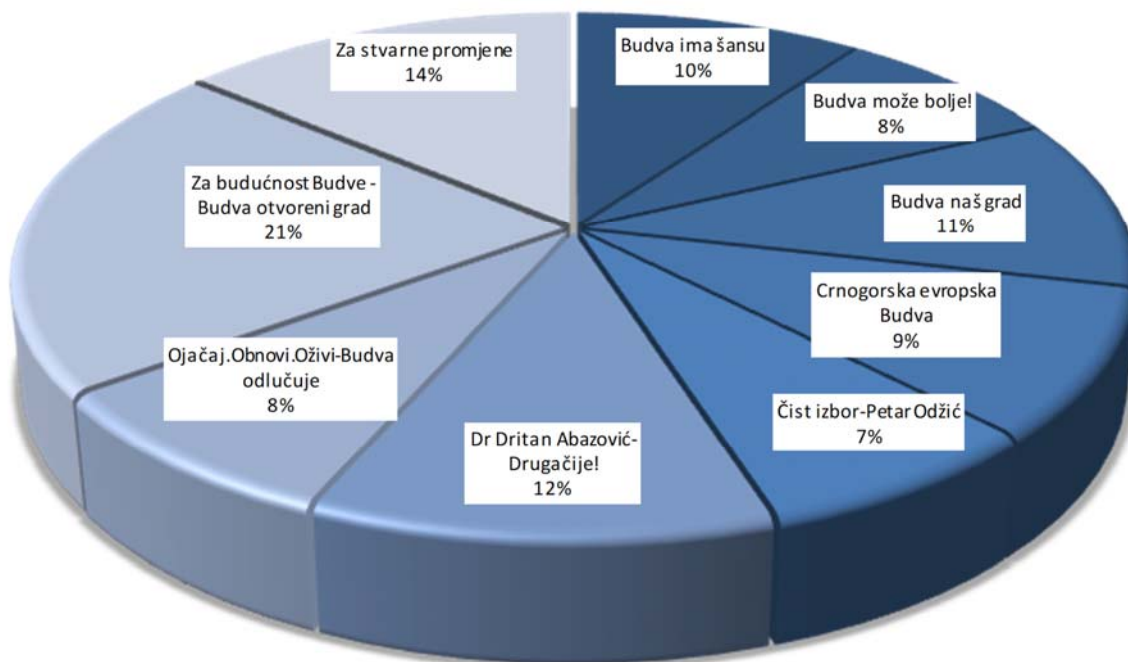
U kategoriji *informisanje o predizbornim aktivnostima*<sup>10</sup>, ostvareno je učešće od oko 17% ukupnog medijskog predstavljanja i to ubjedljivo najviše u programu TV Budva. Ovaj tip medijskog predstavljanja nije bio zastupljen na TVCG 2 i Parlamentarnom programu.

U grupu aktivnosti su svrstani prilozi i informacije, iz informativnog programa, koje se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa konferencija za novinare i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista, stavove ili mišljenja. Imajući u vidu da je vršen unutar informativnog programa, ovaj vid medijskog predstavljanja je bio besplatan za sve posmatrane televizijske emitere.

Najveća količina ukupnog medijskog predstavljanja odnosila se na listu „Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad“ (NSD,DNP, SNP, PZP, UCG, DEMOS, Prava CG, Radnička partija, Slobodna CG) (21%). Preostale liste su imale učešće u ukupnom predstavljanju kako slijedi:

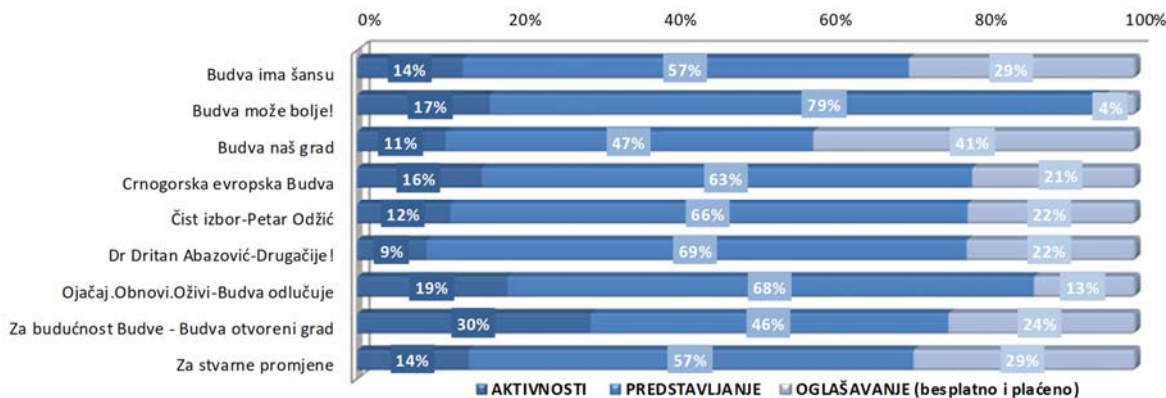
- „Dr Vujičić Božidar - Za stvarne promjene“ – 14%,
- „URA – Dr Dritan Abazović – Drugačije!“ – 12%;
- „Budva naš grad – Nikola Jovanović“ – 11%;
- „Evropa sad – Budva ima šansu – Dr Predrag Zenović“ – 10%;
- „Crnogorska Evropska Budva – Novak Adžić – CEP“ – 9%;
- „Budva može bolje! Prof. dr Nikola Milović – Demokratska partija socijalista CG“ – 8%;
- „Demokrate – Ojačaj. Obnovi. Oživi. – Budva odlučuje – Đorđe Zenović“ – 8% i
- „Čist izbor – Petar Odžić (SDP, SD, LP i građani)“ – 7%.

<sup>10</sup> Vidi tačku (1) na strani 6.



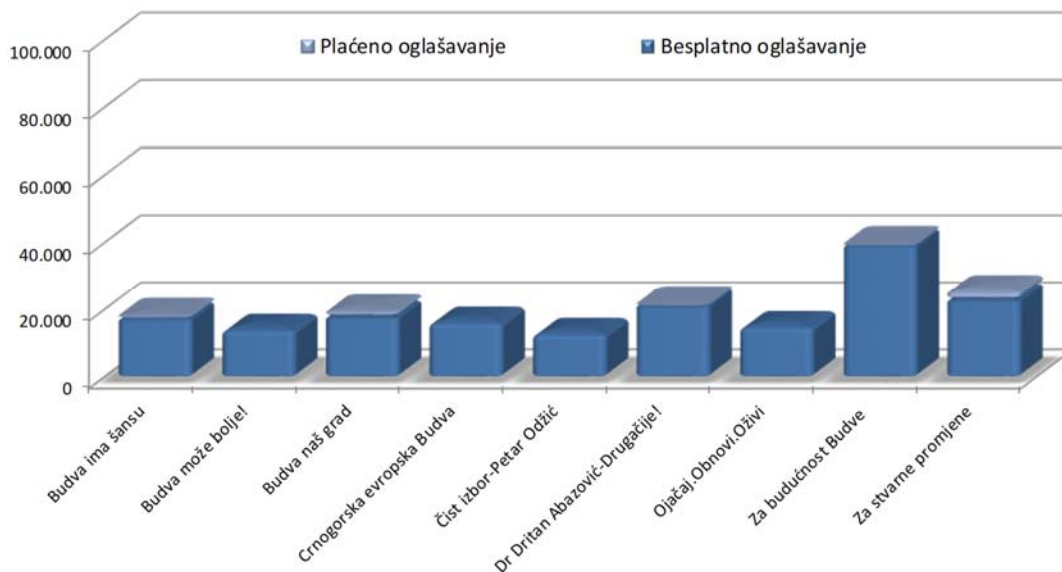
Grafik 5: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi

Kada su u pitanju vrste medijskog predstavljanja izbornih lista (informacije o aktivnostima, predstavljanje i političko oglašavanje), sve izborne liste koristile su, u većoj ili manjoj mjeri, sve tri vrste medijskog predstavljanja.



Grafik 6: Struktura medijskog predstavljanja izbornih lista po vrsti (procenti)

Značajna količina predstavljanja obezbijedena je besplatno, kroz informisanje o predizbornim aktivnostima, posebne sadržaje i oglašavanje u programima posmatranih emitera.



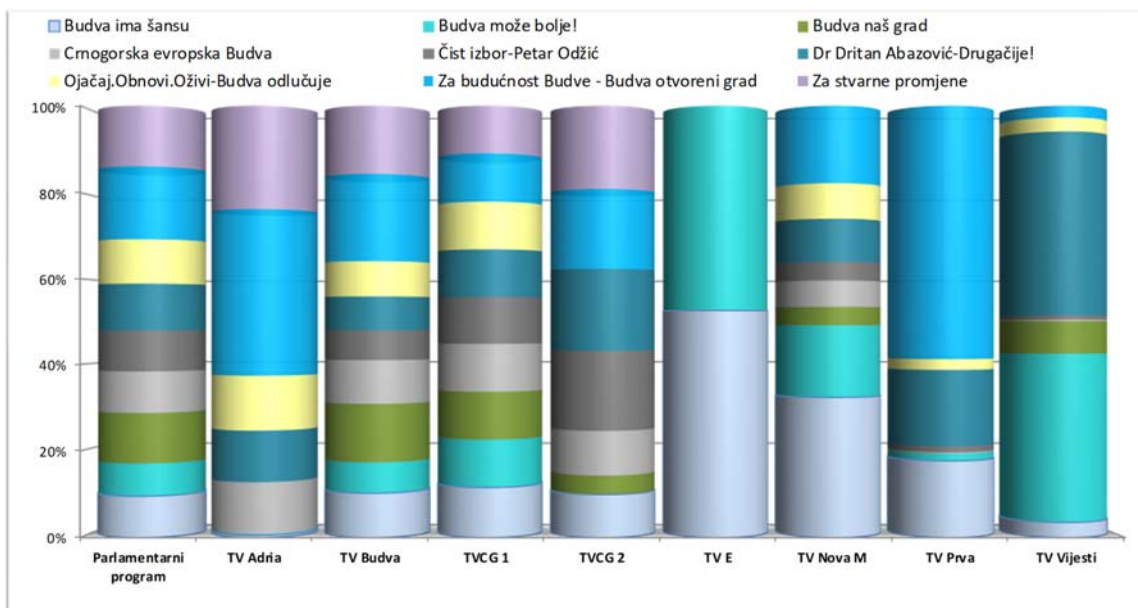
Grafik 7: Struktura oglašavanja po izornoj listi (sekunde)

Najviše besplatnog predstavljanja se odnosilo na liste „*Za budućnost Budve – Budva otvoreni grad*“, „*Za stvarne promjene*“ i „*Dr Dritan Abazović – Drugačije*“.

Kada govorimo o plaćenom medijskom predstavljanju, ono je bilo zastupljeno u programima TV Budva, TV Vijesti i Adria TV, pri čemu je najveće učešće plaćenog oglašavanja realizovano u programu TV Budva. Najveći udio plaćenog oglašavanja imala je lista „*Dr Vujičić Božidar - Za stvarne promjene*“ (43%), na šta je uticalo plaćeno gostovanje u emisiji na lokalnom emiteru TV Budva. Plaćeno oglašavanje imale su i liste „*Budva naš grad – Nikola Jovanović*“ – 30%, „*Evropa sad – Budva ima šansu – Dr Predrag Ženović*“ – 18%, „*Za budućnost Budve – Budva otvoreni grad*“ – 5% i „*URA – Dr Dritan Abazović – Drugačije!*“ – 4%.

Iako je članom 51 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano da javnim emiterima nije dozvoljeno da pod bilo kojim uslovima omogućavaju reklamiranje van blokova besplatnog političkog marketinga, koji su ravnopravno obezbijeđeni za sve liste, javni emiter TV Budva je u okviru svog programa omogućio plaćeno političko oglašavanje.

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



Grafik 8: Količina medijskog predstavljanja po izbornoj listi, po emiteru

## II – 4 Nadzor nad poštovanjem obaveza emitera tokom kampanje

Po službenoj dužnosti, Agencija je pokrenula ukupno 10 postupaka, protiv šest emitera, u vezi sa medijskim predstavljanjem. Među njima:

- tri postupka zbog korišćenja maloljetnika u političke svrhe (TV Prva, Parlamentarni program - dva postupka);
- četiri postupka zbog emitovanja neoznačenog medijskog predstavljanja, bez tekstualnog obavještenja „Lokalni izbori“ (TV Vijesti – dva postupka, Adria TV, Srpska TV);
- tri postupka zbog omogućavanja medijskog predstavljanja prije početka izborne kampanje (Adria TV, TV Budva, TV Prva).

U odnosu na pokrenute postupke, izrečeno je deset upozorenja po službenoj dužnosti (TV Vijesti - dva upozorenja, Adria TV - dva upozorenja, TV Budva – jedno upozorenje, TV Prva - dva upozorenja, Parlamentarni program – dva upozorenja, TV Srpska – jedno upozorenje).

Zbog kršenja obaveze podnošenja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja, nije pokrenut nijedan postupak.

Agenciji je podnijet jedan prigovor (na rad TV Budva) zbog prikriivenog medijskog predstavljanja, koji je odbijen kao neosnovan.

U vezi sa radom emitera, Agenciji nije podnijeta nijedna žalba od strane predstavnika izborne liste ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

## III Lokalni izbori – Opština Andrijevica (jun 2024)

### III – 1 Polazni podaci

Opštinska izborna komisija Andrijevica utvrdila je dana 16.05.2024.g. zbirnu izbornu listu<sup>11</sup>:

<b>OPŠTINA ANDRIJEVICA</b>	
1.	„SNP - Demokrate - Odvažno. Odlučno. Odgovorno - Andrijevica se pita“
2.	„Ujedinjena Crna Gora - Za našu Andrijevicu“
3.	„Pokret Evropa Sad - Nova šansa za Andrijevicu - Dr Dragana Vučević“
4.	„Za budućnost Andrijevice - Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Prava Crna Gora, Slobodna Crna Gora“
5.	„Za budućnost naše djece – Andrijevica“
6.	„Grupa građana Vasojevički pokret ujedinjenja - Vesko Raketić“
7.	„Andrijevica Može Bolje“ - DPS Srđan Mašović

Tabela 4. Zbirna izborna lista

Posebna pravila o medijskom predstavljanju za izbore u Andrijevici usvojilo je 25 emitera za 14 radijskih i 11 televizijskih programa, i to:

<b>TELEVIZIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA</b>	
Radio Televizija Crne Gore	Televizija Crne Gore (TVCG1, TVCG2, TVCG3)
<b>TELEVIZIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA</b>	
Lutrija Crne Gore a.d.	TV 7
Adria TV d.o.o.	TV Adria
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju - AI	Srpska TV
A Plus Media Group d.o.o.	TV A Plus
Nova M d.o.o.	TV Nova M
AST d.o.o.	TV Prva
Televizija Vijesti d.o.o.	TV Vijesti
Lipa media d.o.o.	TV E

Tabela 5. Televizijski emiteri koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju

<b>RADIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA</b>	
Radio Televizija Crne Gore	Radio Crne Gore (RCG1, RCG2)
Lokalni javni emiter Radio Andrijevica d.o.o.	Radio Andrijevica
<b>RADIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA</b>	
Antena M d.o.o.	Radio Antena M
Jumedia Mont d.o.o.	Radio D
M.D. Company d.o.o.	Radio D Plus
Ok Air Broadcasting d.o.o.	Radio Elmag
Ok Air Broadcasting d.o.o.	Radio Mag
Ok Air Broadcasting d.o.o.	El Radio
Ok Air Broadcasting d.o.o.	Arena Radio
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju - AI	Srpski Radio
HIT FM d.o.o.	Radio S3
Neboelectronic d.o.o.	Radio S
TDI Radio d.o.o.	Radio TDI

Tabela 6. Radijski emiteri koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju

Agencija je na svojoj internet stranici [www.aemcg.org](http://www.aemcg.org) pored usvojenog Pravilnika o pravima i obavezama emitera za ove lokalne izbore i njemu pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni emiteri,

<sup>11</sup> Zbirna izborna lista br. broj 70 od 16.05.2024. g.



koji su tokom kampanje za izbore od 02. juna omogućavali medijsko predstavljanje. Takođe, objavljen je i pregled dostavljenih kontakt podataka o nadležnim organima emitera za podnošenje prigovora.

## III-2 Metodološki okvir

Podaci u izvještaju odnose se na osam **televizijskih programa (Televizija Crne Gore – Prvi, Drugi i Parlamentarni program, Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV E, Adria TV)** i utvrđeni su **monitoringom programa** u periodu od 17. do 31. maja 2024.g. u terminima od 7 do 24 časa<sup>12</sup>.

Imajući u vidu broj emitera koji su usvojili posebna pravila o medijskom predstavljanju, monitoring je vršen i metodom uzorka na osnovu evidencija emitovanog medijskog predstavljanja koje su emiteri bili dužni da dostavljaju Agenciji svakog ponedjeljka za prethodnu sedmicu. U cilju sagledavanja dosljednosti poštovanja pravila predstavljanja, vršena je kontrola primjene pravilnika Agencije i za emitere koji nijesu usvojili posebna pravila medijskog predstavljanja. Kontrola je vršena metodom uzorka.

Na osnovu monitoringa programa, odnosno dostavljenih evidencija, prikupljeni su podaci koji se odnose na: (1) naziv i vrijeme emitovanja programskog sadržaja u kojem je vršeno medijskog predstavljanje, (2) trajanje medijskog predstavljanja i (3) vrstu medijskog predstavljanja, **po emiteru i izbornoj listi**.

Polazeći od Pravilnika koji propisuje da se medijsko predstavljanje ostvaruje kroz (1) programske sadržaje namijenjene informisanju o predizbornim aktivnostima partija, (2) njihovom predstavljanju ili (3) političkom oglašavanju, analizirano je medijsko predstavljanje po vrsti i to:

- (4) **Informisanje o predizbornim aktivnostima.** U ovu grupu su svrstani prilozi i informacije, **prvenstveno iz informativnog programa**, koje se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa press konferencija i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista, stavove ili mišljenja.

Izuzetak čine najave i izvještaji sa promotivnih skupova koje su javni emiteri emitovali **u blokovima komercijalnog marketinga, proizvedeni od strane izbornih lista**. Ova vrsta medijskog predstavljanja je svrstana u kategoriju političko oglašavanje.

U kategoriju informisanje o predizbornim aktivnostima nijesu ušle informacije i prilozi koji se odnose na tehničke i servisne informacije vezane za tok izbornog postupka u kojima se vrši spominjanje izborne liste bez jasnog promotivnog upućivanja na njegove aktivnosti, stavove ili mišljenja. U navedenu grupu nijesu ušla saopštenja, izjave i komentari različitih subjekata koji se odnose na tok izbornog procesa i ne mogu se povezati sa promotivnim aktivnostima izborne liste.

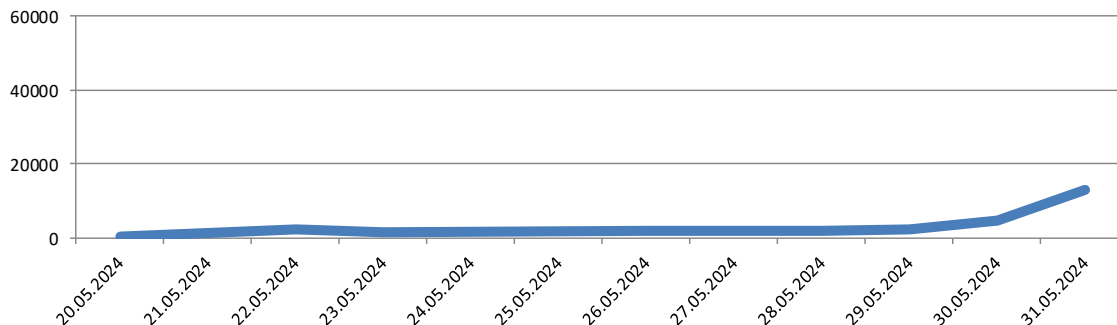
- (5) **Predstavljanje izborne liste.** U ovu grupu su svrstane debate, sučeljavanja, intervjui i druge posebne emisije, isključivo posvećene izborima, u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima, idejama i mišljenjem predstavnika izbornih lista. Vrijeme trajanja emisija u kojima je učestvovalo više izbornih lista je podijeljeno jednako na sve učesnike emisije. U vrijeme trajanja uračunate su i reprize emisija u kojima je vršeno predstavljanje.
- (6) **Političko oglašavanje.** U ovu grupu su svrstani političko-propagandni sadržaji emitovani u blokovima tzv. političkog marketinga, spotovi i drugi vidovi političke komercijalne audiovizuelne komunikacije. U ovu grupu su svrstani i svi drugi oblici medijskog predstavljanja koje je emiter označio („politički marketing“, „plaćeni termin“ i sl.) da su vršeni uz naknadu. U ovu grupu su za javne emitere svrstani i sadržaji opisani u tački (1) stav 2.

<sup>12</sup> Izuzetak predstavlja Parlamentarni program Televizije Crne Gore koji emituje program od 8 - 23 časa.



### III – 3 Medijsko predstavljanje

Ukupno trajanje medijskog predstavljanja na programu posmatranih televizijskih programa, za period od 17. do 31. maja iznosilo je **28.951 sekundi ili približno 8 sati i 2 minuta za period od 15 dana.**



Grafik 9: Ukupna količina medijskog predstavljanja tokom kampanje – trend (izraženo u sekundama)

Posmatrano prema vrsti, gotovo apsolutno učešće je imala kategorija *predstavljanje*, koja se odnosi na posebne emisije posvećene isključivo izborima (debate, sučeljavanja, intervjui...), a u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima i porukama predstavnika izbornih lista.

Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na Parlamentarnom programu (55,1% ukupnog medijskog predstavljanja). Osim na Parlamentarnom, medijsko predstavljanje za izbore u Andrijevići emitovano je i u programima TVCG 1 i Adria TV (po 15,7%), TV Prva (12,7%) i TV Vijesti (0,8%).

Posmatrajući strukturu medijskog predstavljanja po vrsti, ubjedljivo najveća količina medijskog predstavljanja je zabilježena kroz *predstavljanje izborne liste*<sup>13</sup>. Kroz ovu formu realizovano je čak 99% ukupnog medijskog predstavljanja. Na Parlamentarnom programu emitovana je jedna debata u kojoj su učestvovali predstavnici svih izbornih lista. Takođe, tokom šest dana emitovane su i posebne emisije (*„Predstavljanje izbornih lista“*) u kojima su gostovali predstavnici šest izbornih lista. Predizbornu debatu imao je i Prvi program TVCG, dok je TV Adria imala emisiju *„Predizborni razgovori“*. Predstavljanje dijela izbornih lista emitovano je i u jutarnjem programu TV Prva.

U kategoriji *informisanje o predizbornim aktivnostima*<sup>14</sup>, ostvareno je učešće od oko 0,8% ukupnog medijskog predstavljanja i to jedino u programu TV Vijesti.

U grupu aktivnosti svrstani su prilozi i informacije, iz informativnog programa, koje se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa konferencija za novinare i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista, stavove ili mišljenja. Imajući u vidu da je vršen unutar informativnog programa, ovaj vid medijskog predstavljanja je bio besplatan za sve posmatrane televizijske emitere.

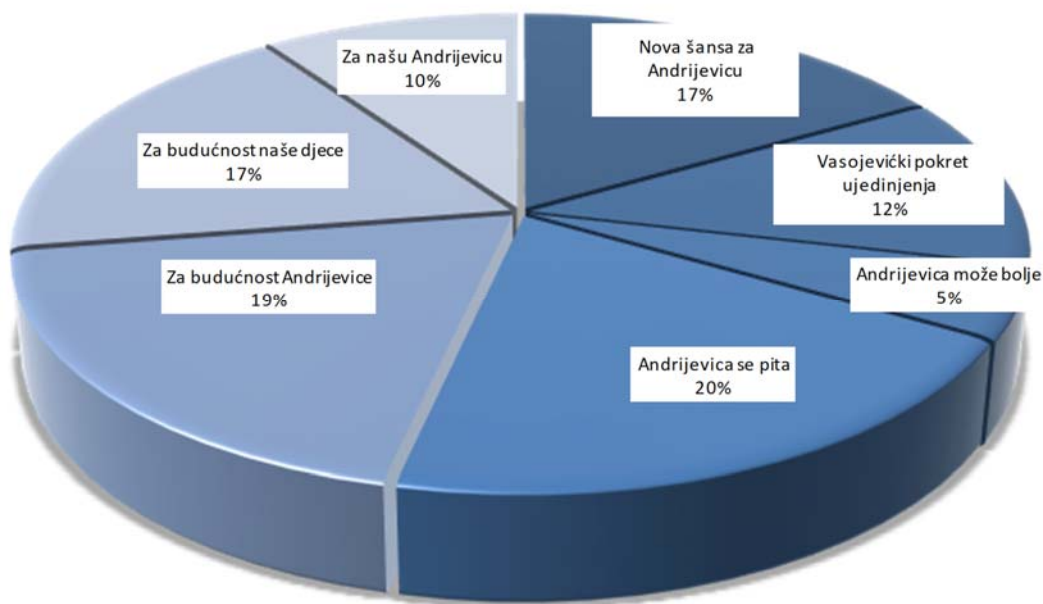
Kroz formu oglašavanja realizovano je svega 0,3% ukupnog medijskog predstavljanja, koje je emitovano jedino na Parlamentarnom programu.

<sup>13</sup> Vidjeti pojašnjenje (tačka 2) na strani 14.

<sup>14</sup> Vidi tačku (1) na strani 14.

Najveća količina medijskog predstavljanja odnosila se na listu „SNP - Demokrate - Odvažno. Odlučno. Odgovorno – Andrijevića se pita“ (20%). Preostale liste su imale učešće u ukupnom predstavljanju kako slijedi:

- „Za budućnost Andrijevice – Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Prava Crna Gora, Slobodna Crna Gora“ – 19%;
- „Za budućnost naše djece - Andrijevića“ - 17%;
- „Pokret Evropa Sad - Nova šansa za Andrijevića - Dr Dragana Vučević“ - 17%;
- „Grupa građana Vasojevićki pokret ujedinjenja - Vesko Raketnić“ - 12%;
- „Ujedinjena Crna Gora - Za našu Andrijeviću“ – 10% i
- „Andrijevića može bolje – DPS Srđan Mašović – 5%.

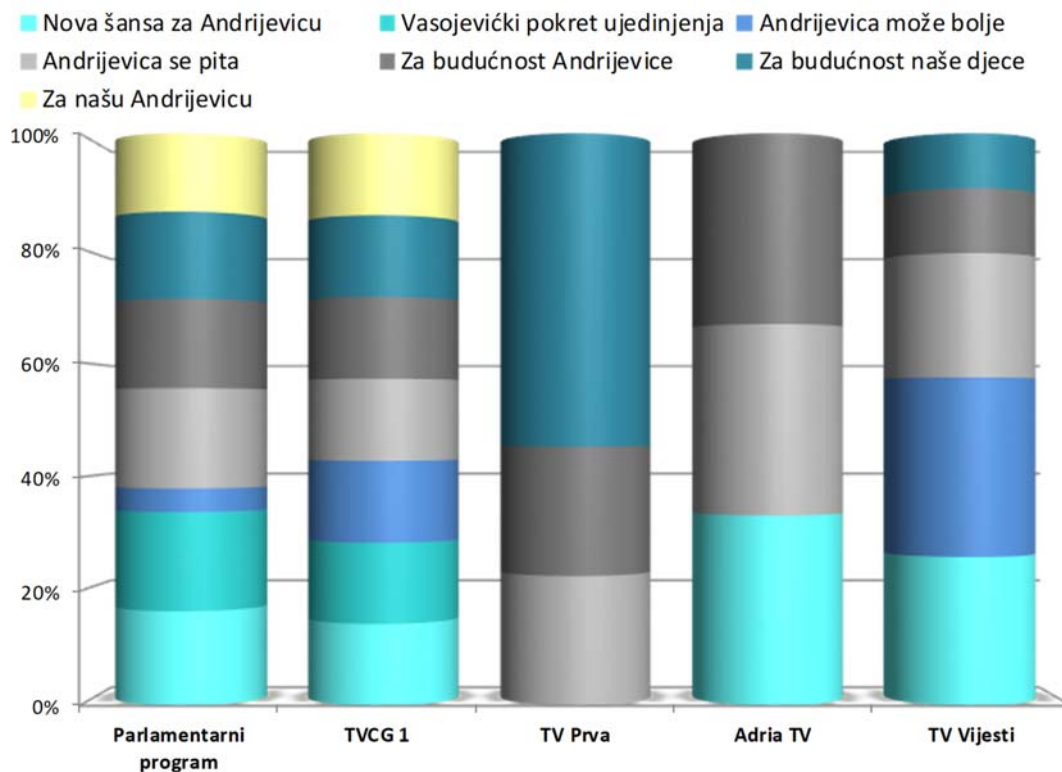


Grafik 10: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi

Kada su u pitanju vrste medijskog predstavljanja izbornih lista (informacije o aktivnostima, predstavljanje i političko oglašavanje), sve izborne liste uglavnom su koristile predstavljanje, dok je jedino lista „Nova šansa za Andrijeviću“ koristila oglašavanje.

Sva količina predstavljanja obezbijeđena je besplatno, kroz informisanje o predizbornim aktivnostima, posebne sadržaje i oglašavanje u programima posmatranih emitera.

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



Grafik

11: Količina medijskog predstavljanja po izornoj listi, po emiteru

### III – 4 Nadzor nad poštovanjem obaveza emitera tokom kampanje

Agencija je u posmatranom periodu po službenoj dužnosti pokrenula dva postupka, protiv dva emitera, u vezi sa medijskim predstavljanjem. Među njima:

- jedan postupak zbog objavljivanja procjene rezultata izbora u toku izborne ćutnje (TV Nova M);
- jedan postupak zbog emitovanja neoznačenog medijskog predstavljanja, bez tekstualnog obavještenja „Lokalni izbori“ (Srpska TV).

U odnosu na pokrenute postupke, izrečena su dva upozorenja po službenoj dužnosti (TV Nova M - jedno upozorenje, Srpska TV - jedno upozorenje).

Zbog kršenja obaveze podnošenja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja, nije pokrenut nijedan postupak.

Agenciji nije podnijet ni jedan prigovor na rad emitera, niti žalba od strane predstavnika izborne liste ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

## IV Ocjene i zaključci

- Ukupno trajanje medijskog predstavljanja, **tokom kampanje za lokalne izbore u Budvi**, u posmatranim televizijskim programima, za period od 10. maja do 24. maja, iznosilo je 189.292 sekundi ili približno 52 sata i 34 minuta za period od 15 dana.
- Posmatrano prema vrsti, najveće učešće je imala kategorija *predstavljanje* koja se odnosi na posebne emisije (debate, sučeljavanja, intervjue...) koje su isključivo posvećene izborima.
- Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je u programu TV Budva (44,5%) i na Parlamentarnom programu (31,7% ukupnog medijskog predstavljanja). U programima TV Prva i Adria TV emitovano je oko 5,6%, na Prvom programu TVCG 4,3%, dok je na TV Vijesti emitovano 4% ukupnog medijskog predstavljanja. Na TVCG 2 emitovano je oko 3,4%, dok je u programu TV Nova M emitovano 0,55% a u programu TV E 0,40% ukupnog medijskog predstavljanja.
- Od ukupnog medijskog predstavljanja posvećenog izborima za odbornike u Skupštini opštine Budva, najviše je ostvarila lista „Za budućnost Budve – Budva otvoreni grad“ (NSD,DNP, SNP, PZP, UCG, DEMOS, Prava CG, Radnička partija, Slobodna CG) (21%). Slijedi lista „Dr Vujičić Božidar – Za stvarne promjene“ koja je ostvarila 14%, zatim „URA – Dr Dritan Abazović – Drugačije!“ sa ostvarenih 12% i „Budva naš grad – Nikola Jovanović“ sa ostvarenih 11% medijskog predstavljanja. Lista „Evropa sad – Budva ima šansu – Dr Predrag Zenović“ ostvarila je 10%, „Crnogorska Evropska Budva – Novak Adžić – CEP“ 9% dok su liste „Budva može bolje! Prof. dr Nikola Milović – Demokratska partija socijalista CG“ i „Demokrate – Ojačaj. Obnovi. Oživi. – Budva odlučuje – Đorđe Zenović“ imale učešće od 8% u ukupnom medijskom predstavljanju. Najmanje učešće u ukupnom medijskom predstavljanju imala je lista „Čist izbor – Petar Odžić (SDP, SD, LP i građani)“ – 7%.
- Plaćeno medijsko predstavljanje je dominantno bilo zastupljeno u programu lokalnog javnog emitera TV Budva, ali i u programima TV Vijesti i Adria TV. S obzirom na to da je članom 51 Zakona o izboru odbornika i poslanika propisano da javnim emiterima nije dozvoljeno da pod bilo kojim uslovima omogućavaju reklamiranje van blokova besplatnog političkog marketinga, koji su ravnopravno obezbijeđeni za sve kandidate, može se postaviti pitanje osnovanosti (zakonitosti) omogućavanja plaćenog medijskog predstavljanja u programu javnih emitera.
- Ukupno trajanje medijskog predstavljanja, **tokom kampanje za lokalne izbore u Andrijevi**, u posmatranim televizijskim programima, za period od 17. do 31. maja iznosilo je 28.951 sekundi ili približno 8 sati i 2 minuta za period od 15 dana.
- Posmatrajući strukturu medijskog predstavljanja po vrsti, ubjedljivo najveća količina medijskog predstavljanja je zabilježena kroz *predstavljanje izborne liste*. Kroz ovu formu realizovano je čak 99% ukupnog medijskog predstavljanja.
- U kategoriji informisanje o predizbornim aktivnostima, ostvareno je učešće od oko 0,8% ukupnog medijskog predstavljanja i to jedino u programu TV Vijesti, dok je kroz formu oglašavanja realizovano svega 0,3% ukupnog medijskog predstavljanja, koje je emitovano jedino na Parlamentarnom programu.
- Najviše medijskog predstavljanja, nezavisno od vrste, emitovano je na Parlamentarnom programu (55,1% ukupnog medijskog predstavljanja). Osim na Parlamentarnom, medijsko predstavljanje za izbore u Andrijevi emitovano je i u programima TVCG 1 i Adria TV (po 15,7%), TV Prva (12,7%) i TV Vijesti (0,8%).
- Najveća količina medijskog predstavljanja odnosila se na listu „SNP – Demokrate – Odvažno. Odlučno. Odgovorno – Andrijevi se pita“ (20%). Slijedi lista „Za budućnost Andrijevice – Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Prava Crna Gora, Slobodna Crna Gora“ sa 19%, „Za budućnost naše djece – Andrijevi“ i „Pokret Evropa Sad – Nova šansa za Andrijevicu – Dr Dragana Vučević“ sa učešćem od po 17%, zatim „Grupa građana

Vasojevički pokret ujedinjenja - Vesko Rakić - 12%, lista „Ujedinjena Crna Gora - Za našu Andrijevicu” – 10%. Lista „Andrijevica može bolje” - DPS Srđan Mašović ostvarila je najmanje učešće u ukupnom medijskom predstavljanju – 5%.

- Kompletno medijsko predstavljanje za lokalne izbore u Andrijevici, emitovano na posmatranim televizijama, bilo je besplatno.
- Medijsko predstavljanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova.
- Emiteri su poštovali obavezu dostavljanja evidencija emitovanog medijskog predstavljanja.
- Za vrijeme trajanja kampanje za lokalne izbore u Budvi, Agencija je po službenoj dužnosti pokrenula 10 postupaka, protiv šest emitera, a u vezi sa medijskim predstavljanjem.
- Za vrijeme trajanja kampanje za lokalne izbore u Andrijevici, Agencija je po službenoj dužnosti pokrenula dva postupka protiv, dva emitera, a u vezi sa medijskim predstavljanjem.
- Agenciji je podnjet jedan prigovor (na rad TV Budva) zbog prikrivenog medijskog predstavljanja tokom kampanje za izbore u Budvi, a predmetni prigovor je odbijen.
- Agencija nije dobila ni jedan prigovor povodom kršenja pravila o medijskom predstavljanju tokom kampanje za izbore u Andrijevici.
- Tokom izbornih kampanja u Budvi i Andrijevici, Agenciji nije podnijeta nijedna žalba na rad emitera od strane predstavnika izborne liste ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

## V Preporuke

Sprovedena medijska kampanja je istakla važnost sistemskog pristupa u formulisanju zakonskih rješenja koja preciziraju prava i obaveze medija, nadležnih organa za sprovođenje zakona i svih drugih subjekata koji su na direktan ili indirektan način uključeni u izborni proces i medijsko predstavljanje u toku njega.

Još jednom je potvrđena potreba revidiranja zakonskog okvira na način da se izbjegnu preklapanja ili odsustva nadležnosti i obezbijedi efikasnost u nadzoru, prevenciji i sankcionisanju.

Imajući to u vidu, Agencija ponovo ukazuje na važnost sljedećih pitanja:

- usaglašavanje terminologije i rokova kroz tri zakona;
- početak izborne kampanje;
- redefinicija političkog oglašavanja (političko oglašavanje tokom izborne kampanje i van nje; predmet i subjekti oglašavanja);
- efikasan nadzor i mjere za sankcionisanje nedozvoljenog medijskog predstavljanja (medijsko predstavljanje bez usvojenih pravila);
- prikriveno medijsko predstavljanje / političko oglašavanje (definicija, odgovornost, efikasan nadzor i mjere za sankcionisanje);
- besplatno političko predstavljanje kod komercijalnih emitera i plaćeno političko predstavljanje kod javnih emitera;
- prava i obaveze lokalnih javnih emitera tokom izbornih procesa u opštini osnivaču i drugim opštinama.

Pripremile:

Bojana Konatar BK  
Slađana Radonjić SR  
Danijela Rašović DR  
Marija Aligrudić MB  
Zorica Popović ZP  
Marija Baykal MB

Odobrila:

Jadranka Vojvodić JV



## Prilog 1 – Medijsko predstavljanje – Opština Budva

Row Labels	Sum of AKTIVNOSTI	Sum of PREDSTAVLJANJE	Sum of OGLAŠAVANJE	Sum of TRAJANJE (SEC)
<b>Parlamentarni program</b>	<b>0</b>	<b>37872</b>	<b>22209</b>	<b>60081</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>0</b>	<b>3790</b>	<b>1938</b>	<b>5728</b>
besplatno	0	3790	1938	5728
<b>Budva može bolje!</b>	<b>0</b>	<b>3944</b>	<b>594</b>	<b>4538</b>
besplatno	0	3944	594	4538
<b>Budva naš grad</b>	<b>0</b>	<b>4288</b>	<b>2736</b>	<b>7024</b>
besplatno	0	4288	2736	7024
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>0</b>	<b>4323</b>	<b>1438</b>	<b>5761</b>
besplatno	0	4323	1438	5761
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>0</b>	<b>3903</b>	<b>1790</b>	<b>5693</b>
besplatno	0	3903	1790	5693
<b>Dr Dritan Abazović-Druagačije!</b>	<b>0</b>	<b>4596</b>	<b>2027</b>	<b>6623</b>
besplatno	0	4596	2027	6623
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>0</b>	<b>4127</b>	<b>2071</b>	<b>6198</b>
besplatno	0	4127	2071	6198
<b>Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad</b>	<b>0</b>	<b>4653</b>	<b>5497</b>	<b>10150</b>
besplatno	0	4653	5497	10150
<b>Za stvarne promjene</b>	<b>0</b>	<b>4250</b>	<b>4118</b>	<b>8368</b>
besplatno	0	4250	4118	8368
<b>TV Adria</b>	<b>959</b>	<b>9223</b>	<b>341</b>	<b>10523</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>54</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>54</b>
besplatno	54	0	0	54
<b>Budva može bolje!</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>34</b>
besplatno	34	0	0	34
<b>Budva naš grad</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
besplatno	0	0	0	0
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>0</b>	<b>1255</b>	<b>0</b>	<b>1255</b>
besplatno	0	1255	0	1255
<b>Dr Dritan Abazović-Druagačije!</b>	<b>0</b>	<b>1255</b>	<b>0</b>	<b>1255</b>
besplatno	0	1255	0	1255
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>82</b>	<b>1255</b>	<b>0</b>	<b>1337</b>
besplatno	82	1255	0	1337
<b>Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad</b>	<b>789</b>	<b>2952</b>	<b>341</b>	<b>4082</b>
besplatno	789	2952	0	3741
plaćeno	0	0	341	341
<b>Za stvarne promjene</b>	<b>0</b>	<b>2508</b>	<b>0</b>	<b>2508</b>
besplatno	0	2508	0	2508
<b>TV Budva</b>	<b>26382</b>	<b>42662</b>	<b>15215</b>	<b>84259</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>1234</b>	<b>4501</b>	<b>2878</b>	<b>8613</b>
besplatno	1234	4501	1691	7426



plaćeno	0	0	1187	1187
<b>Budva može bolje!</b>	<b>1556</b>	<b>4448</b>	<b>0</b>	<b>6004</b>
besplatno	1556	4448	0	6004
<b>Budva naš grad</b>	<b>2062</b>	<b>4364</b>	<b>4952</b>	<b>11378</b>
besplatno	2062	4364	3323	9749
plaćeno	0	0	1629	1629
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>2636</b>	<b>4373</b>	<b>1501</b>	<b>8510</b>
besplatno	2636	4373	1501	8510
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>1396</b>	<b>4430</b>	<b>0</b>	<b>5826</b>
besplatno	1396	4430	0	5826
<b>Dr Dritan Abazović-Druagačije!</b>	<b>1438</b>	<b>4104</b>	<b>1232</b>	<b>6774</b>
besplatno	1438	4104	1232	6774
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>2419</b>	<b>4474</b>	<b>0</b>	<b>6893</b>
besplatno	2419	4474	0	6893
<b>Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad</b>	<b>9880</b>	<b>4632</b>	<b>2541</b>	<b>17053</b>
besplatno	9880	4632	2541	17053
<b>Za stvarne promjene</b>	<b>3761</b>	<b>7332</b>	<b>2111</b>	<b>13204</b>
besplatno	3761	4410	2111	10282
plaćeno	0	2922	0	2922
<b>TV CG 1</b>	<b>40</b>	<b>8049</b>	<b>0</b>	<b>8089</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>40</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>934</b>
besplatno	40	894	0	934
<b>Budva može bolje!</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Budva naš grad</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Dr Dritan Abazović-Druagačije!</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Za budućnost Budve - Budva otvoreni grad</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>Za stvarne promjene</b>	<b>0</b>	<b>894</b>	<b>0</b>	<b>894</b>
besplatno	0	894	0	894
<b>TV CG 2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6498</b>	<b>6498</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>644</b>	<b>644</b>
besplatno	0	0	644	644
<b>Budva naš grad</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>286</b>	<b>286</b>
besplatno	0	0	286	286
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>670</b>	<b>670</b>

besplatno	0	0	670	670
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1203</b>	<b>1203</b>
besplatno	0	0	1203	1203
<b>Dr Dritan Abazović-Drugečije!</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1248</b>	<b>1248</b>
besplatno	0	0	1248	1248
<b>Za budućnost Budve - Budva</b>				
<b>otvoreni grad</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1202</b>	<b>1202</b>
besplatno	0	0	1202	1202
<b>Za stvarne promjene</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1245</b>	<b>1245</b>
besplatno	0	0	1245	1245
<b>TV E</b>	<b>760</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>760</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>400</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>400</b>
besplatno	400	0	0	400
<b>Budva može bolje!</b>	<b>360</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>360</b>
besplatno	360	0	0	360
<b>TV Nova M</b>	<b>1032</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1032</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>334</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>334</b>
besplatno	334	0	0	334
<b>Budva može bolje!</b>	<b>172</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>172</b>
besplatno	172	0	0	172
<b>Budva naš grad</b>	<b>46</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>46</b>
besplatno	46	0	0	46
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>63</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63</b>
besplatno	63	0	0	63
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>45</b>
besplatno	45	0	0	45
<b>Dr Dritan Abazović-Drugečije!</b>	<b>103</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>103</b>
besplatno	103	0	0	103
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>85</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>85</b>
besplatno	85	0	0	85
<b>Za budućnost Budve - Budva</b>				
<b>otvoreni grad</b>	<b>184</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>184</b>
besplatno	184	0	0	184
<b>TV Prva</b>	<b>2256</b>	<b>8329</b>	<b>0</b>	<b>10585</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>296</b>	<b>1577</b>	<b>0</b>	<b>1873</b>
besplatno	296	1577	0	1873
<b>Budva može bolje!</b>	<b>180</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>180</b>
besplatno	180	0	0	180
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>27</b>
besplatno	27	0	0	27
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>151</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>151</b>
besplatno	151	0	0	151
<b>Dr Dritan Abazović-Drugečije!</b>	<b>289</b>	<b>1577</b>	<b>0</b>	<b>1866</b>
besplatno	289	1577	0	1866
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>265</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>265</b>
besplatno	265	0	0	265

<b>Za budućnost Budve - Budva</b>				
<b>otvoreni grad</b>	<b>1048</b>	<b>5175</b>	<b>0</b>	<b>6223</b>
besplatno	1048	5175	0	6223
<b>TV Vijesti</b>	<b>1384</b>	<b>5452</b>	<b>628</b>	<b>7464</b>
<b>Budva ima šansu</b>	<b>259</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>259</b>
besplatno	259	0	0	259
<b>Budva može bolje!</b>	<b>272</b>	<b>2638</b>	<b>0</b>	<b>2910</b>
besplatno	272	2638	0	2910
<b>Budva naš grad</b>	<b>181</b>	<b>0</b>	<b>380</b>	<b>561</b>
besplatno	181	0	0	181
plaćeno	0	0	380	380
<b>Crnogorska evropska Budva</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>27</b>
besplatno	27	0	0	27
<b>Čist izbor-Petar Odžić</b>	<b>73</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>73</b>
besplatno	73	0	0	73
<b>Dr Dritan Abazović-Dručačije!</b>	<b>127</b>	<b>2814</b>	<b>248</b>	<b>3189</b>
besplatno	127	2814	0	2941
plaćeno	0	0	248	248
<b>Ojačaj.Obnovi.Oživi-Budva odlučuje</b>	<b>244</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>244</b>
besplatno	244	0	0	244
<b>Za budućnost Budve - Budva</b>				
<b>otvoreni grad</b>	<b>201</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>201</b>
besplatno	201	0	0	201
<b>Grand Total</b>	<b>32813</b>	<b>111588</b>	<b>44891</b>	<b>189292</b>

## Prilog 2 – Medijsko predstavljanje – Opština Andrijevica

Row Labels	Sum of AKTIVNOSTI	Sum of PREDSTAVLJANJE	Sum of OGLAŠAVANJE	Sum of TRAJANJE (SEC)
<b>Parlamentarni program</b>	<b>0</b>	<b>15856</b>	<b>97</b>	<b>15953</b>
<b>Nova šansa za Andrijevicu</b>	<b>0</b>	<b>2535</b>	<b>97</b>	<b>2632</b>
besplatno	0	2535	97	2632
<b>Vasojevički pokret ujedinjenja</b>	<b>0</b>	<b>2779</b>	<b>0</b>	<b>2779</b>
besplatno	0	2779	0	2779
<b>Andrijevica može bolje</b>	<b>0</b>	<b>656</b>	<b>0</b>	<b>656</b>
besplatno	0	656	0	656
<b>Andrijevica se pita</b>	<b>0</b>	<b>2786</b>	<b>0</b>	<b>2786</b>
besplatno	0	2786	0	2786
<b>Za budućnost Andrijevice</b>	<b>0</b>	<b>2488</b>	<b>0</b>	<b>2488</b>
besplatno	0	2488	0	2488
<b>Za budućnost naše djece</b>	<b>0</b>	<b>2434</b>	<b>0</b>	<b>2434</b>
besplatno	0	2434	0	2434
<b>Za našu Andrijevicu</b>	<b>0</b>	<b>2177</b>	<b>0</b>	<b>2177</b>
besplatno	0	2177	0	2177
<b>Prva TV</b>	<b>0</b>	<b>3688</b>	<b>0</b>	<b>3688</b>
<b>Andrijevica se pita</b>	<b>0</b>	<b>836</b>	<b>0</b>	<b>836</b>
besplatno	0	836	0	836
<b>Za budućnost Andrijevice</b>	<b>0</b>	<b>836</b>	<b>0</b>	<b>836</b>
besplatno	0	836	0	836
<b>Za budućnost naše djece</b>	<b>0</b>	<b>2017</b>	<b>0</b>	<b>2017</b>
besplatno	0	2017	0	2017
<b>TV Adria</b>	<b>0</b>	<b>4545</b>	<b>0</b>	<b>4545</b>
<b>Nova šansa za Andrijevicu</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>
besplatno	0	1515	0	1515
<b>Andrijevica se pita</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>
besplatno	0	1515	0	1515
<b>Za budućnost Andrijevice</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>	<b>0</b>	<b>1515</b>
besplatno	0	1515	0	1515
<b>TV CG 1</b>	<b>0</b>	<b>4535</b>	<b>0</b>	<b>4535</b>
<b>Nova šansa za Andrijevicu</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Vasojevički pokret ujedinjenja</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Andrijevica može bolje</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Andrijevica se pita</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Za budućnost Andrijevice</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Za budućnost naše djece</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648
<b>Za našu Andrijevicu</b>	<b>0</b>	<b>648</b>	<b>0</b>	<b>648</b>
besplatno	0	648	0	648

<b>TV Vijesti</b>	<b>230</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>230</b>
<b>Nova šansa za Andrijevicu</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>60</b>
besplatno	60	0	0	60
<b>Andrijevica može bolje</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
besplatno	72	0	0	72
<b>Andrijevica se pita</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>50</b>
besplatno	50	0	0	50
<b>Za budućnost Andrijevice</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26</b>
besplatno	26	0	0	26
<b>Za budućnost naše djece</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22</b>
besplatno	22	0	0	22
<b>Grand Total</b>	<b>230</b>	<b>28624</b>	<b>97</b>	<b>28951</b>