



AGENCIJA ZA  
AUDIOVIZUELNE  
MEDIJSKE USLUGE

**IZVJEŠTAJ  
O POLITIČKOM OGLAŠAVANJU  
TOKOM KAMPANJE ZA IZBORE  
ZA ODBORNIKE U SKUPŠTINI  
OPŠTINE BUDVA  
(17. NOVEMBAR 2024.)**



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**  
**Broj: 02-633/24-1212**  
**Podgorica, 04.12.2024.godine**

## **I Zakonski okvir**

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

*Predstavljnje 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 predizbornoj 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, saglasno čl. 53 i 53a Zakona o izboru odbornika i poslanika, 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;*
- trominutnih izvještaja sa promotivnog skupa, dva puta dnevno, u terminima odmah nakon centralnih večernjih informativnih emisija televizije i radija.*

<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

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 sučeljavanja, u terminu od 20 do 23 sata.

Poglavljem 6. „Političko oglašavanje“ Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama<sup>2</sup> (član 82), političko oglašavanje je definisano kao „oglašavanje sa ili bez finansijske naknade, kojim se preporučuju aktivnosti, ideje ili stavovi podnosioca potvrđene izborne liste ili kandidata u toku izborne ili referendumske kampanje, u skladu sa posebnim pravilima“. Predviđeno je i da se ono ne uračunava u vrijeme trajanja oglašavanja u smislu člana 76 ovog zakona, kojim su propisane maksimalno dozvoljene kvote oglašavanja u radijskim i televizijskim programima javnih, komercijalnih i neprofitnih emitera.

Zakonom je propisano da se, ukoliko nije drugačije propisano, na političko oglašavanje primjenjuju odredbe ovog zakona koje se odnose na oglašavanje.

Takođe je predviđeno i da podnosilac potvrđene izborne liste, kandidat ili nadležni državni organ za sprovođenje izbornog postupka može podnijeti prigovor u vezi sa radom emitera u smislu člana 23 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, a to se odnosi na obaveze vezane za:

- (1) poštovanje privatnosti i dostojanstva građana i zaštitu integriteta maloljetnih lica;
- (2) čuvanje snimaka;
- (3) unapređenje kulture javnog dijaloga i poštovanje 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 48 časova od prijema prigovora.

Nadalje, propisano je da se protiv odluke nadležnog organa emitera, u roku od 48 časova od njenog prijema, može podnijeti žalba Savjetu Agencije za audiovizuelne medijske usluge, koji je dužan da donese odluku u roku od 48 časova od prijema žalbe.

Predsjednik Crne Gore je 20. avgusta 2024. godine, donio Odluku<sup>3</sup> o raspisivanju za izbore za odbornike u Skupštini opštine Budva, koji će biti održani 17. novembra 2024. godine.

Saglasno članu 82 stav 4 Zakona o audiovizuelnim medijskim uslugama, Savjet Agencije za audiovizuelne medijske usluge, je donio Pravilnik o političkom oglašavanju u radijskim i televizijskim programima<sup>4</sup> (u daljem tekstu: Pravilnik). Ovim aktom su bliže uređena pravila političkog oglašavanja u toku izborne ili referendumske kampanje.

Javni emiter odnosno komercijalni ili neprofitni emiter, koji omogućava političko oglašavanje, mora usvojiti i učiniti javnim posebna pravila o političkom oglašavanju u toku izbornih ili referendumskih kampanja, koja donosi nadležni organ javnog emitera, odnosno osnivač komercijalnog ili neprofitnog emitera. Pravila se odnose na političko oglašavanje u okviru svakog pojedinog radijskog ili televizijskog programa za koje emiter ima izdato odobrenje za emitovanje i njima se utvrđuju oblici političkog oglašavanja, njihovo trajanje i raspoređivanje, kao i način odlučivanja o redoslijedu političkog oglašavanja u okviru programskih sadržaja posvećenih plaćenom ili besplatnom političkom oglašavanju u smislu st. 2 i 3 člana 3 ovog Pravilnika (besplatno i plaćeno političko oglašavanje).

Novim Zakonom ukinuta je obaveza donošenja pojedinačnih pravila za svaki izborni proces. Zbog toga, ukoliko su emiteri namjevali da omoguće političko oglašavanje u svom/svojim programima, dovoljno je bilo da donesu jedna pravila kojima će obuhvatiti sve ili određene radijske i/ili televizijske programe, kao i sve izborne procese. Najkasnije deset dana od dana raspisivanja određenih izbora, emiteri su bili dužni da Agenciji za audiovizuelne medijske usluge (u daljem tekstu: Agencija) dostave svoja nova pravila o političkom oglašavanju ili obavještenje da nije bilo izmjena već dostavljenih pravila.

<sup>2</sup> „Sl. list CG“, br. 54/24

<sup>3</sup> „Sl. list CG“, br. 81/24

<sup>4</sup> „Sl. list CG“, br. 82/24

*Pravilnikom je propisano da se političko oglašavanje ostvaruje kao plaćeno ili besplatno.*

*Besplatno političko oglašavanje, prema Pravilniku, obuhvata programske sadržaje ili njihove segmente posvećene informisanju o predizbornim aktivnostima ili predstavljanju izbornih lista ili kandidata i to:*

- a) priloge i informacije, u okviru informativnog programa, koji se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa konferencija za medije i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista ili kandidata, njihove stavove ili mišljenja,*
- b) najave i izvještaje sa promotivnih skupova koje javni emiteri emituju u oglasnim blokovima, proizvedeni od strane izbornih lista ili kandidata,*
- c) debate, sučeljavanja, intervjui i druge posebne emisije, isključivo posvećene izborima, u kojima se javnost upoznaje sa aktivnostima, idejama i mišljenjem predstavnika izbornih lista ili kandidata.*

*Sa druge strane, plaćeno političko oglašavanje, prema Pravilniku, obuhvata:*

- a) spotove izbornih lista i kandidata i druge vidove političke komercijalne audiovizuelne komunikacije koji se emituju, uz finansijsku ili drugu nadoknadu, u posebnim oglasnim blokovima posvećenim političkom oglašavanju,*
- b) sve oblike političkog oglašavanja koje je emiter označio da su vršeni uz finansijsku naknadu.*

*Političko oglašavanje mora biti lako prepoznatljivo i audio i vizuelno, na početku i na kraju, odvojeno od ostalih programskih sadržaja i jasno označeno tekstualnim obavještenjem „Izbori - Političko oglašavanje”, uz oznaku da li je besplatno ili plaćeno i bližu odrednicu na koje izbore se odnosi (predsjednički/parlamentarni/lokalni). Takođe, ukoliko se program emituje na albanskom jeziku, političko oglašavanje je moralo biti jasno označeno tekstualnim obavještenjem „Izbori - Političko oglašavanje” i na tom jeziku.*

*Oglasni sadržaji (audio ili video spotovi) izbornih lista i kandidata, koji se emituju, sa ili bez finansijske ili druge nadoknade, ne mogu se raspoređivati zajedno, odnosno u istom oglasnom bloku sa oglasima koji nemaju političku prirodu, niti tokom prikazivanja dnevnih informativnih emisija, posvećenih vijestima.*

*Emiteri su bili dužni da vode evidenciju emitovanih programskih sadržaja od značaja za političko oglašavanje u toku izborne kampanje, koja uključuje sljedeće podatke:*

- datum, vrijeme emitovanja, format/oblik/vrstu političkog oglašavanja i naziv sadržaja,*
- da li se radi o plaćenom ili besplatnom političkom oglašavanju,*
- ime izborne liste ili kandidata na koje se odnosi političko oglašavanje,*
- neto vrijeme emitovanja,*
- opis izbora na koje se odnosi političko oglašavanje (vrsta ili teritorijalnost).*

*Evidenciju emitovanog političkog oglašavanja emiteri su bili dužni da dostavljaju Agenciji svakog ponedjeljka za prethodnu sedmicu.*

## II Lokalni izbori – Budva (novembar 2024)

### II – 1 Polazni podaci

Opštinska izborna komisija Budve je dana 30.10.2024.g. utvrdila sljedeću zbirnu izbornu listu<sup>5</sup>:

OPŠTINA BUDVA
1. Za budućnost Budve – Budva mora naprijed (Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Socijalistička narodna partija, Pokret za promjene, Ujedinjena Crna Gora, Demos, Prava Crna Gora, Radnička partija, Slobodna Crna Gora
2. „Budva naš grad – Nikola Jovanović“
3. Grupa birača „Pokret za grad – Đorđe Zenović“
4. Dr Vujičić Božidar – Glas za promjene
5. Demokrate – Evropa sad – Još jači – Dragana Kažanegra Stanišić
6. „URA – Blažo Rađenović – Drugačije!“
7. Evropski savez – Petar Odžić (SDP, SD, LP i Građani) – Čist izbor!
8. Budva može bolje! – prof. dr Nikola Milović (Demokratska partija socijalista Crne Gore)

Tabela 1. Zbirna izborna lista - Budva

Saglasno izdatim odobrenjima za emitovanje programa, u Crnoj Gori postoji 70 elektronskih medija: 46 radijskih i 24 televizijska programa, i to:

- 14 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 političkom oglašavanju za izbore u Budvi usvojilo je 14 emitera, za sedam radijskih i 12 televizijskih programa, i to:

TELEVIZIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA	
Radio Televizija Crne Gore	Televizija Crne Gore (TV CG1, TV CG2, TV CG3)
Lokalni javni emiter „Radio Televizija Podgorica“ d.o.o.	TV Gradska
„Lokalni javni emiter Radio Televizija Budva“ d.o.o.	TV Budva
TELEVIZIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA	
Adria TV d.o.o.	TV Adria
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju-AI	TV Srpska
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 političkom oglašavanju

RADIJSKI PROGRAMI JAVNIH EMITERA	
Radio Televizija Crne Gore	Radio Crne Gore (RCG1)
Lokani javni emiter „Radio Televizija Podgorica“ d.o.o.	Radio Gradski
„Lokalni javni emiter Radio Televizija Budva“ d.o.o.	Radio Budva
RADIJSKI PROGRAMI KOMERCIJALNIH EMITERA	

<sup>5</sup>Zbirna izborna lista br. 58-01/2024 od 30.10.2024.g.

Antena M d.o.o.	Radio Antena M
Jumedia Mont d.o.o.	Radio D
M.D. Company d.o.o.	Radio D Plus
NVO Društvo za ravnopravnost i toleranciju - AI	Radio Srpski

Tabela 3. Radijski emiteri koji su usvojili posebna pravila o političkom oglašavanju

Agencija je na svojoj internet stranici **www.amu.me**, pored usvojenog Pravilnika o političkom oglašavanju u radijskim i televizijskim programima i njemu pratećih obrazaca, objavila i pojedinačna pravila o političkom oglašavanju u toku izborne kampanje, koja su donijeli javni, odnosno komercijalni emiteri, koji su tokom kampanje za izbore u Budvi od 17. novembra omogućavali političko oglašavanje. 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 osam **televizijskih programa i to: tri programa Televizije Crne Gore (Prvi - TV CG1, Drugi - TV CG2 i Parlamentarni program - TV CG3), Televizija Vijesti, TV Prva, TV Nova M, TV Adria i TV Budva** i utvrđeni su **monitoringom programa** u periodu od 1. do 15. novembra 2024.g. u terminima od 7 do 24 časa<sup>6</sup>.

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 političko oglašavanje,
- (2) trajanje političkog oglašavanja, i
- (3) vrsta (plaćeno / besplatno) i kategorija političkog oglašavanja, po programu i izbornoj listi.

Imajući u vidu odredbe Pravilnika, svi programski sadržaji od značaja za medijsko predstavljanje u toku izborne kampanje raspoređeni su u dvije vrste - besplatno i plaćeno političko oglašavanje, a u okviru njih prepoznate sljedeće tri kategorije:

(1) **Aktivnosti:**

U ovu kategoriju su svrstani prilozi i informacije, prvenstveno iz informativnog programa, koje se odnose na najave ili izvještaje sa promotivnih skupova, saopštenja, izvještaje sa konferencija za medije i druge priloge i izvještaje u kojima se u okviru informativnih emisija vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti izbornih lista ili kandidata, njihove stavove ili mišljenja.

(2) **Predstavljanje:**

U ovu grupu su svrstane debate, sučeljavanja, intervjui i druge posebne emisije, isključivo posvećene izborima. Za pojedine programske sadržaje koji nijesu bili u potpunosti posvećeni političkom oglašavanju, a u okviru kojih je kratki segment bio posvećen političkom oglašavanju, u obzir je uzeto cjelokupno trajanje programskog sadržaja.

(3) **Oglašavanje:**

U ovu grupu su svrstani političko-propagandni spotovi emitovani u posebnim oglasnim blokovima posvećenim političkom oglašavanju, kao i drugi vidovi političke komercijalne audiovizuelne komunikacije koji se emituju, uz finansijsku ili drugu nadoknadu, kao i svi oblici političkog oglašavanja koje je emiter označio da su vršeni uz finansijsku naknadu. Ovom kategorijom obuhvaćene su i sve najave i izvještaji sa promotivnih skupova koje javni emiteri emituju u oglasnim blokovima, a proizvedeni su od strane izbornih lista ili kandidata.

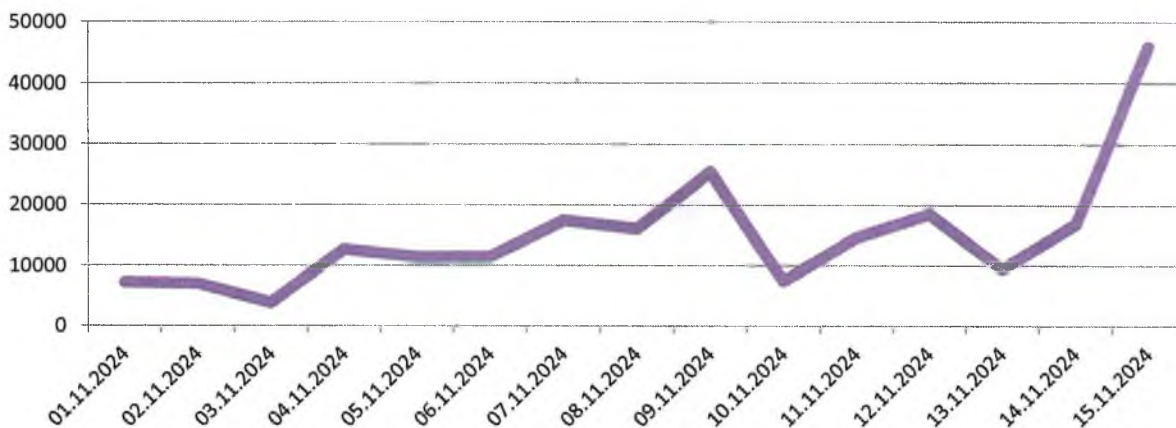
Saglasno Pravilniku, u političko oglašavanje nijesu ušle:

- (a) informacije i prilozi koji se odnose na tehničke i servisne informacije vezane za tok izbornog postupka u kojima se vrši spominjanje izborne liste ili kandidata bez jasnog promotivnog upućivanja na njegove ili njene aktivnosti, stavove ili mišljenja,
- (b) saopštenja, izjave i komentari različitih subjekata koji se odnose na tok izbornog procesa i ne mogu se povezati sa promotivnim aktivnostima izborne liste ili kandidata.

<sup>6</sup>Izuzetak predstavlja Parlamentarni program Televizije Crne Gore koji emituje program od 8 - 23 časa.

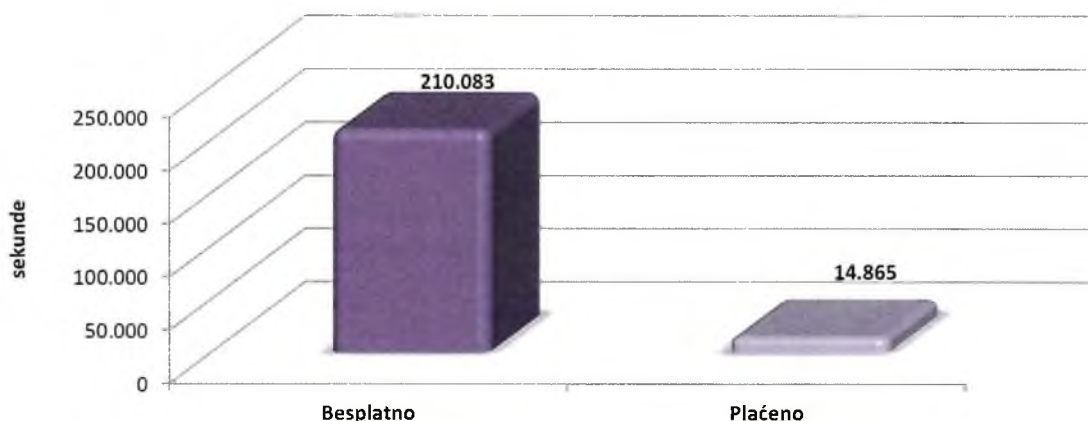
## II – 3 Ukupno političko oglašavanje

Ukupno trajanje političkog oglašavanja u posmatranim televizijskim programima, za period od 1. do 15. novembra 2024. godine, iznosilo je **224.948 sekundi ili približno 62 sata 29 minuta za period od 15 dana.**



Grafik 1: Ukupna količina političkog oglašavanja tokom kampanje – trend (izraženo u sekundama)

Od ukupnog političkog oglašavanja, 93,39% se odnosilo na besplatno, a svega 6,61% na plaćeno političko oglašavanje.



Grafik 2: Ukupna količina besplatnog/plaćenog političkog oglašavanja (izraženo u sekundama)

## II – 4 Besplatno političko oglašavanje

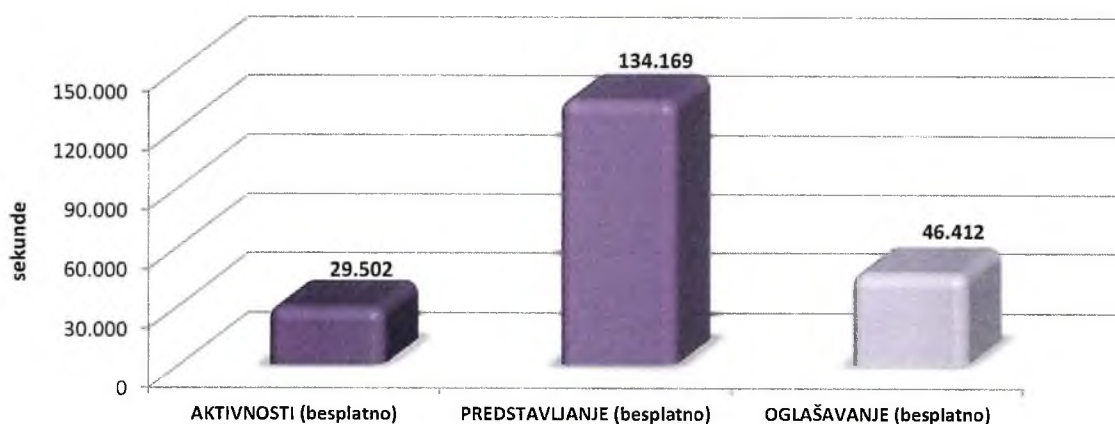
Kada je u pitanju **besplatno političko oglašavanje**, najveće učešće (63,87%) je imala kategorija **predstavljanje**, koja se odnosila na posebne emisije posvećene isključivo izborima (debate, sučeljavanja, intervjui...), a u kojima je javnost imala priliku da se upozna sa aktivnostima i porukama predstavnika izbornih lista.

Kategorija **oglašavanje** (politički spotovi izbornih lista, izvještaji sa promotivnih skupova emitovani u oglasnim blokovima programa TV CG) imala je učešće od 22,09%.

Učešće kategorije **aktivnosti** u okviru koje su raspoređeni prilozi i informacije iz informativnog programa u kojem se vrši direktno upućivanje na predizborne aktivnosti, stavove ili mišljenja iznosilo je

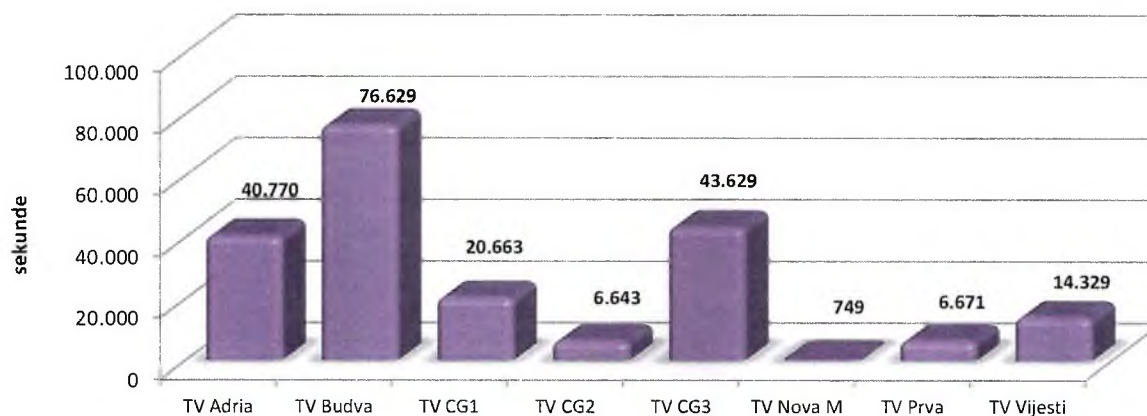


14,04% ukupnog besplatnog političkog oglašavanja. Imajući u vidu da je vršen unutar informativnog programa, ovaj vid političkog oglašavanja je bio besplatan za sve posmatrane televizijske emitere.



Grafik 3: Struktura besplatnog političkog oglašavanja po kategorijama (izraženo u sekundama)

Posmatrano **po programu, nezavisno od kategorije**, najviše besplatnog političkog oglašavanja, emitovano je na programu TV Budva (36,48% ukupnog besplatnog političkog oglašavanja). Potom slijede Parlamentarni program sa učešćem od 20,77% i TV Adria sa 19,41%. U ostalim programima bilo je značajno manje besplatnog političkog oglašavanja. Na TV CG1 emitovano je 9,84%, TV Vijesti – 6,82%, TV Prva – 3,18%, TV CG2 – 3,16%, dok je na programu TV Nova M emitovano svega 0,36% besplatnog političkog oglašavanja.



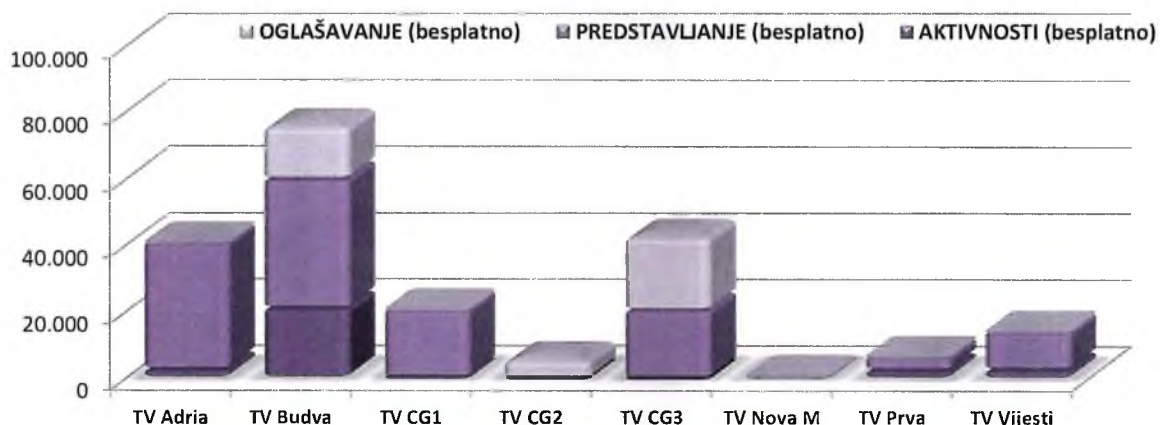
Grafik 4: Količina besplatnog političkog oglašavanja po programu

Posmatrajući strukturu besplatnog političkog oglašavanja, pojedinačno, **po programu, u kategoriji predavljanje** (debate, intervjui, sučeljavanja i si.) u okviru programa Televizije Crne Gore i TV Budva realizovane su po dvije<sup>7</sup> debate, u okviru kojih su učestvovali predstavnici svih izbornih lista. Predstavlanje pojedinih izbornih lista emitovano je i u emisijama „Načisto“ (TV Vijesti) i „Predizborni razgovori“ (TV Adria). Predstavlanja izbornih lista realizovana su i u formi pojedinačnih intervjua u okviru emisija „Predstavlanje“ (TV Budva), „Jutro“ (TV Prva) i „Press plus“ (TV Adria). U programima TV CG2 i TV Nova M nije zabilježeno emitovanje ove kategorije političkog oglašavanja.

<sup>7</sup> U programu TV CG 1 premijerno su emitovane dvije debate i repriza prve debate. U Parlamentarnom programu emitovane su dvije reprize prve debate i reemitovana druga debata.

Posmatrano po kategoriji **oglašavanje**, polovinu od ukupne količine oglašavanja imao je Parlamentarni program (49,90%), nakon koga slijede TV Budva (35,79%) i TV CG2 (14,31%).<sup>8</sup>

U programima ostalih emitera nije zabilježeno emitovanje besplatnih političkih spotova, kao ni izvještaja sa promotivnih skupova u programu TV CG1 i TV CG2.



Grafik 5: Struktura besplatnog političkog oglašavanja po kategoriji, po programu

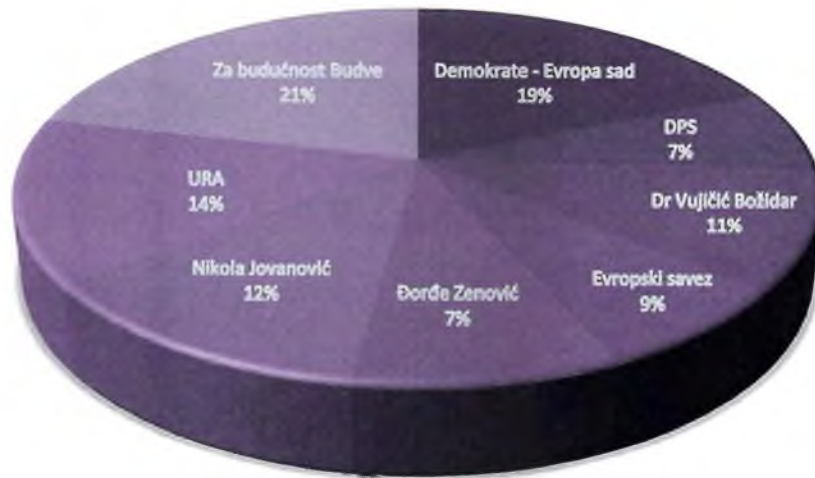
U kategoriji **aktivnosti**, ostvareno je učešće od 14,04%, najviše u programima TV Budva (70,83%), TV Vijesti (9,01%) i TV Adria (8,66%). U okviru Parlamentarnog programa i programa TV CG2 nijesu emitovani sadržaji koji bi, po metodologiji, bili raspoređeni u ovu kategoriju.

Najveća količina besplatnog političkog oglašavanja odnosila se na listu *Za budućnost Budve – Budva mora naprijed (Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Socijalistička narodna partija, Pokret za promjene, Ujedinjena Crna Gora, Demos, Prava Crna Gora, Radnička partija, Slobodna Crna Gora)* – 21%. Preostale liste su imale učešće kako slijedi:

- Demokrate – Evropa sad – Još jači – Dragana Kažanegra Stanišić – 19%;
- „URA – Blažo Rađenović – Drugačije!“ – 14%;
- „Budva naš grad – Nikola Jovanović“ – 12%;
- Dr Vujičić Božidar – Glas za promjene – 11%;
- Evropski savez – Petar Odžić (SDP, SD, LP i Građani) – Čist izbor! – 9%;
- Grupa birača „Pokret za grad – Đorđe Zenović“ – 7%;
- Budva može bolje! – prof. dr Nikola Milović (Demokratska partija socijalista Crne Gore) – 7%.

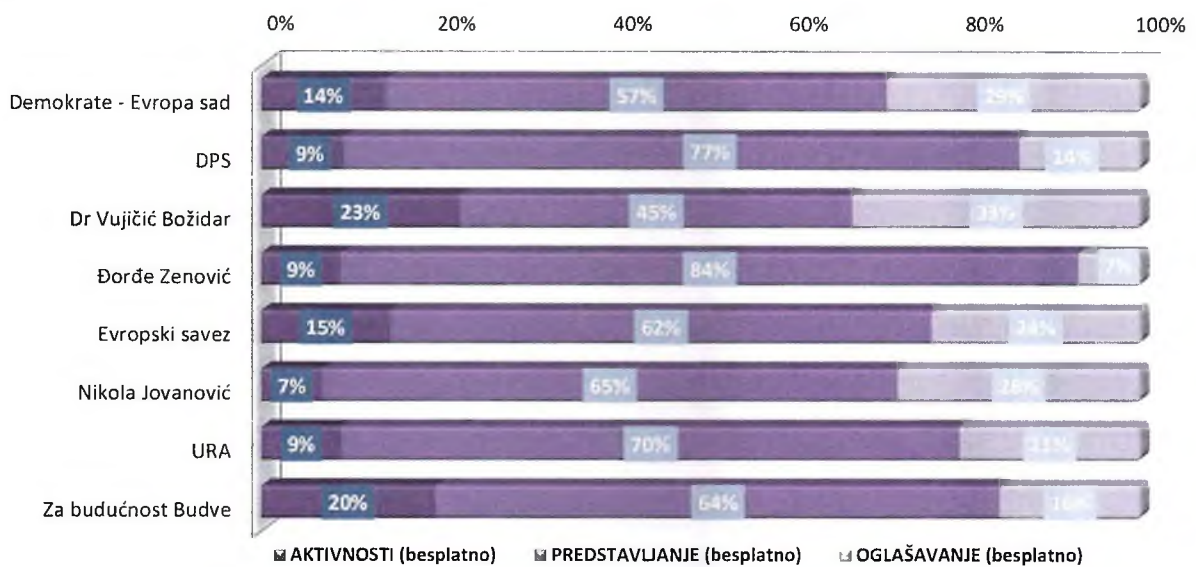
<sup>8</sup>U skladu sa čl. 53 i 53a Zakona o izboru odbornika i poslanika, javni emiteri imaju obavezu da, u vrijeme izborne kampanje, u blokovima komercijalnog marketinga, svakodnevno, u jednakom trajanju i u istom terminu, obezbijede besplatno i ravnopravno objavljivanje najava i izvještaja sa promotivnih skupova, kao i političko propagandnih klipova, podnosilaca izbornih lista.

e



Grafik 6: Količina besplatnog političkog oglašavanja po izbornoj listi

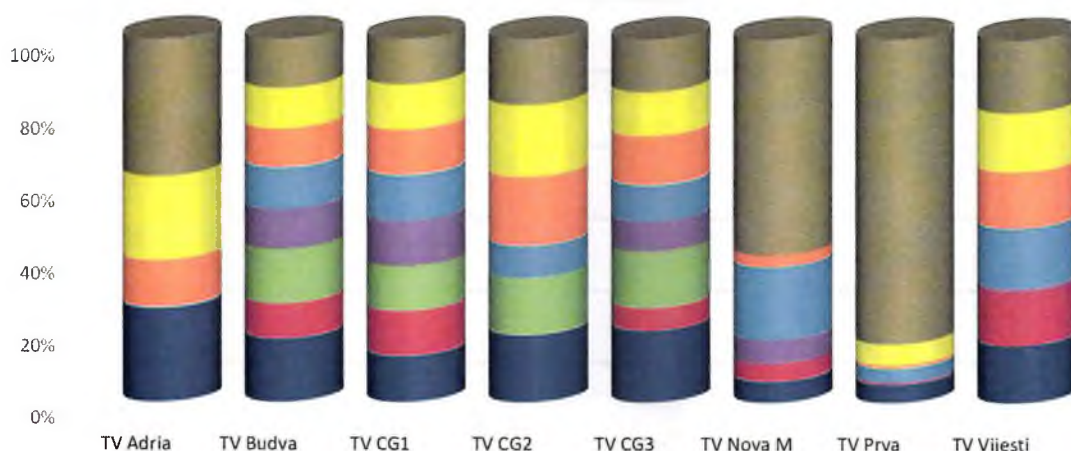
Kada su u pitanju kategorije utvrđene metodologijom (informacije o aktivnostima, predstavljanje i oglašavanje), sve izborne liste koristile su, u većoj ili manjoj mjeri, sve tri kategorije političkog oglašavanja.



Grafik 7: Struktura besplatnog političkog oglašavanja izbornih lista po kategoriji (procenti)

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

■ Demokrate - Evropa sad ■ DPS ■ Dr Vujičić Božidar ■ Đorđe Zenović ■ Evropski savez ■ Nikola Jovanović ■ URA ■ Za budućnost Budve

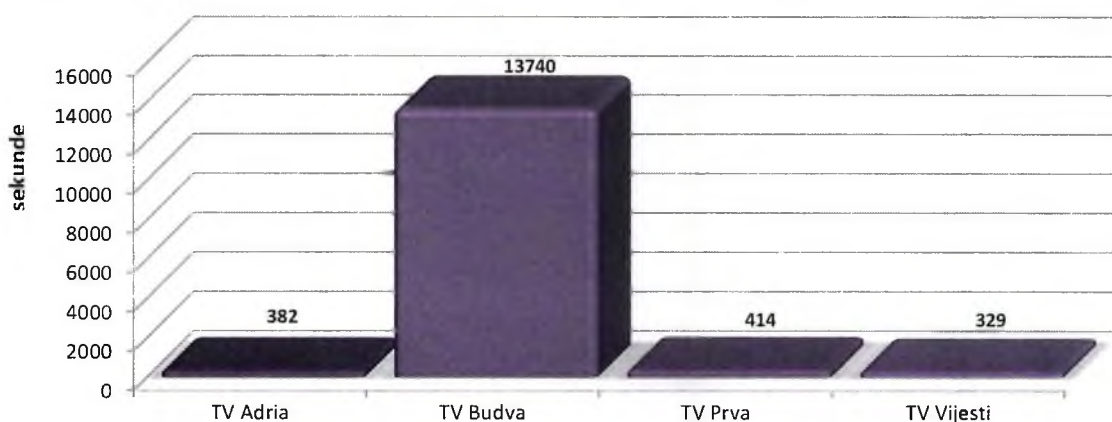


Grafik 8: Količina besplatnog političkog oglašavanja po izornoj listi, po programu

## II – 5 Plaćeno političko oglašavanje

Plaćeno političko oglašavanje, realizovano kroz plaćena politička gostovanja u okviru programskog sadržaja „Predstavljanje“, najviše je bilo zastupljeno u programu lokalnog javnog emitera TV Budva (92,43%). 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.

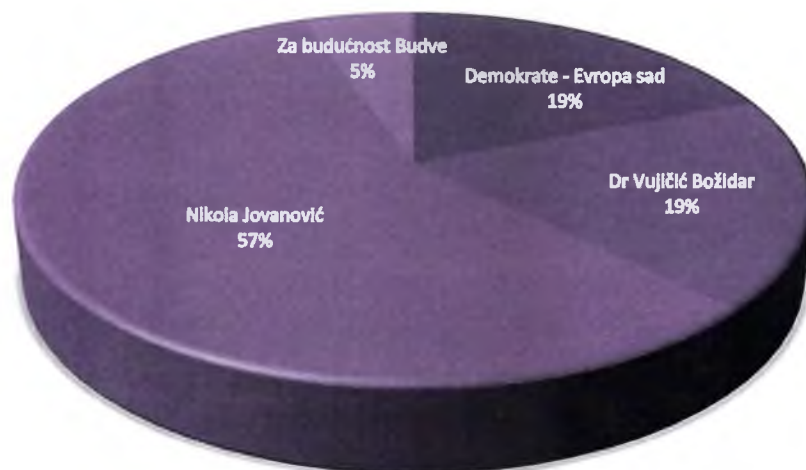
Plaćeno političko oglašavanje, realizovano kroz plaćene političke spotove, zabilježeno je u programima TV Prva (2,79%) i TV Adria (2,57%). Najmanje učešće zabilježeno je u programu TV Vijesti – 2,21%. U ostalim posmatranim programima nije bilo plaćenog političkog oglašavanja.



Grafik 9: Količina plaćenog političkog oglašavanja po programu

Najveći udio plaćenog političkog oglašavanja imala je lista „Budva naš grad – Nikola Jovanović“ (57%), na šta su uticali plaćeni politički spotovi u programima pojedinih emitera, kao i plaćeno političko gostovanje u programu lokalnog javnog emitera TV Budva. Plaćeno oglašavanje imale su i liste

*Demokrate – Evropa sad – Još jači – Dragana Kažanegra Stanišić – 19%, Dr Vujičić Božidar – Glas za promjene – 19% i Za budućnost Budve – Budva mora naprijed (Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Socijalistička narodna partija, Pokret za promjene, Ujedinjena Crna Gora, Demos, Prava Crna Gora, Radnička partija, Slobodna Crna Gora) – 5%.*



Grafik 10: Količina plaćenog političkog oglašavanja po izornoj listi

## II – 6 Nadzor nad poštovanjem obaveza emitera tokom kampanje

Po službenoj dužnosti, Agencija je pokrenula tri postupka, protiv dva emitera, zbog kršenja pravila političkog oglašavanja i to zbog:

- neadekvatno označenog političkog oglašavanja (TV Adria);
- emitovanja političkog oglašavanja 15 minuta prije sadržaja namijenjenog maloljetnicima (TV Adria);
- nedostavljanja evidencija emitovanog programskog sadržaja od značaja za političko oglašavanje u toku izborne kampanje.

Po osnovu pokrenutih postupaka, po službenoj dužnosti, izrečena su dva upozorenja a jedan postupak je obustavljen jer je emiter dostavio propisane evidencije.

Nije podniet nijedan prigovor na rad emitera, niti žalba od strane ovlašćenih predstavnika podnosioca izborne liste ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka.

### III Ocjene i zaključci

- Ukupno trajanje političkog oglašavanja, **tokom kampanje za lokalne izbore u Budvi**, u posmatranim televizijskim programima, za period od 1. do 15. novembra 2024.g. iznosilo je 224.948 sekundi ili približno 62 sata 29 minuta za period od 15 dana.
- Od ukupnog političkog oglašavanja, 93,39% se odnosilo na besplatno, a svega 6,61% na plaćeno političko oglašavanje.
- Posmatrajući strukturu besplatnog političkog oglašavanja po kategorijama, najveća količina je zabilježena kroz *predstavljanje* izbornih lista. Kroz ovu formu realizovano je 63,87% ukupnog besplatnog političkog oglašavanja.
- Najviše besplatnog političkog oglašavanja, nezavisno od oblika, emitovano je na programu TV Budva (36,48%). U programu TV Nova M emitovano je svega 0,36% besplatnog političkog oglašavanja.
- Najveća količina besplatnog političkog oglašavanja odnosila se na listu *Za budućnost Budve – Budva mora naprijed (Nova srpska demokratija, Demokratska narodna partija, Socijalistička narodna partija, Pokret za promjene, Ujedinjena Crna Gora, Demos, Prava Crna Gora, Radnička partija, Slobodna Crna Gora)* – 21%. Preostale liste su imale učešće kako slijedi: *Demokrate – Evropa sad – Još jači – Dragana Kažanegra Stanišić* – 19%, *„URA – Blažo Rađenović – Drugačije!“* – 14%, *„Budva naš grad – Nikola Jovanović“* – 12%, *Dr Vujičić Božidar – Glas za promjene* – 11%, *Evropski savez – Petar Odžić (SDP, SD, LP i Građani) – Čist izbor!* – 9%, *Grupa birača „Pokret za grad – Đorđe Zenović“* – 7% i Budva može bolje – prof. dr Nikola Milović (Demokratska partija socijalista Crne Gore) – 7%.
- Najveći procenat plaćenog političkog oglašavanja, u iznosu od 92,43%, zabilježeno je u programu TV Budva. 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. Potom slijede TV Prva i TV Adria. Najmanje učešće evidentirano je u programu TV Vijesti – 2,21%.
- Najveća količina plaćenog političkog oglašavanja odnosila se na listu *„Budva naš grad – Nikola Jovanović“* – 57% na šta su uticali plaćeni politički spotovi u programima pojedinih emitera, kao i plaćeno političko gostovanje u programu lokalnog javnog emitera TV Budva.
- Političko oglašavanje je, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Monitoringom je utvrđena nedosljedna primjena u dijelu označavanja sadržaja koji se odnose na besplatno i plaćeno političko oglašavanje. Ukoliko se monitoringom nije moglo utvrditi da li je određeni sadržaj besplatan ili plaćen, u obzir su uzeti podaci koje su emiteri naveli u dostavljenim evidencijama.
- Za vrijeme trajanja kampanje za lokalne izbore u Budvi, Agencija je sprovela tri postupka po službenoj dužnosti, protiv dva emitera, izrekla dva upozorenja zbog kršenja različitih pravila političkog oglašavanja i obustavila jedan postupak jer je emiter dostavio propisane evidencije.
- Agencija nije dobila nijedan prigovor na rad emitera, niti žalbu od strane ovlašćenih predstavnika podnosioca izborne liste ili nadležnih državnih organa za sprovođenje izbornog postupka tokom kampanje za izbore u Budvi.

## IV 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 političko oglašavanje.

Još jednom je potvrđena potreba revidiranja zakonskog okvira na način da se izbjegnu preklapanja ili odsustvo 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 različite zakone;
- 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 političkog oglašavanja (političko oglašavanje bez usvojenih pravila);
- prikriveno političko oglašavanje (definicija, odgovornost, efikasan nadzor i mjere za sankcionisanje);
- besplatno političko oglašavanje kod komercijalnih emitera i plaćeno političko oglašavanje kod javnih emitera;
- prava i obaveze lokalnih javnih emitera tokom izbornih procesa u opštini osnivaču i drugim opštinama.

Pripremile: Danijela Rašović  
Marija Aligrudić  
Slađana Radonjić  
Zorica Popović  
Marija Baykal

Odobrila: Jadranka Vojvodić



## Prilog 1 – Političko oglašavanje

Program/Izborna lista	AKTIVNOSTI	PREDSTAVLJANJE	OGLAŠAVANJE	TRAJANJE (SEC)
<b>TV Adria</b>	<b>2.556</b>	<b>38.214</b>	<b>382</b>	<b>41.152</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>45</b>	<b>10.540</b>	<b>0</b>	<b>10.585</b>
besplatno	45	10.540	0	10.585
<b>Evropski savez</b>	<b>78</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>
besplatno	78	0	0	78
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>0</b>	<b>5.224</b>	<b>0</b>	<b>5.224</b>
besplatno	0	5.224	0	5.224
<b>URA</b>	<b>107</b>	<b>9.372</b>	<b>0</b>	<b>9.479</b>
besplatno	107	9.372	0	9.479
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>2.326</b>	<b>13.078</b>	<b>382</b>	<b>15.786</b>
besplatno	2.326	13.078	0	15.404
plaćeno	0	0	382	382
<b>TV Budva</b>	<b>20.895</b>	<b>39.123</b>	<b>30.351</b>	<b>90.369</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>4.805</b>	<b>4.616</b>	<b>6.784</b>	<b>16.205</b>
besplatno	4.805	4.616	3.960	13.381
plaćeno	0	0	2.824	2.824
<b>DPS</b>	<b>1.083</b>	<b>4.505</b>	<b>1.902</b>	<b>7.490</b>
besplatno	1.083	4.505	1.902	7.490
<b>Dr Vujičić Božidar</b>	<b>4.954</b>	<b>4.611</b>	<b>4.588</b>	<b>14.153</b>
besplatno	4.954	4.611	1.855	11.420
plaćeno	0	0	2.733	2.733
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>1.131</b>	<b>7.322</b>	<b>0</b>	<b>8.453</b>
besplatno	1.131	7.322	0	8.453
<b>Evropski savez</b>	<b>1.923</b>	<b>4.548</b>	<b>2.199</b>	<b>8.670</b>
besplatno	1.923	4.548	2.199	8.670
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>1.367</b>	<b>4.477</b>	<b>10.612</b>	<b>16.456</b>
besplatno	1.367	4.477	2.429	8.273
plaćeno	0	0	8.183	8.183
<b>URA</b>	<b>1.850</b>	<b>4.571</b>	<b>2.125</b>	<b>8.546</b>
besplatno	1.850	4.571	2.125	8.546
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>3.782</b>	<b>4.473</b>	<b>2.141</b>	<b>10.396</b>
besplatno	3.782	4.473	2.141	10.396
<b>TV CG1</b>	<b>210</b>	<b>20.453</b>	<b>0</b>	<b>20.663</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>41</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.600</b>
besplatno	41	2.559	0	2.600
<b>DPS</b>	<b>54</b>	<b>2.540</b>	<b>0</b>	<b>2.594</b>
besplatno	54	2.540	0	2.594
<b>Dr Vujičić Božidar</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>
besplatno	0	2.559	0	2.559
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>24</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.583</b>
besplatno	24	2.559	0	2.583
<b>Evropski savez</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>



besplatno	0	2.559	0	2.559
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>45</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.604</b>
besplatno	45	2.559	0	2.604
<b>URA</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.559</b>
besplatno	0	2.559	0	2.559
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>46</b>	<b>2.559</b>	<b>0</b>	<b>2.605</b>
besplatno	46	2.559	0	2.605
<b>TV CG2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6.643</b>	<b>6.643</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.232</b>	<b>1.232</b>
besplatno	0	0	1.232	1.232
<b>Dr Vujičić Božidar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.050</b>	<b>1.050</b>
besplatno	0	0	1.050	1.050
<b>Evropski savez</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>569</b>	<b>569</b>
besplatno	0	0	569	569
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.269</b>	<b>1.269</b>
besplatno	0	0	1.269	1.269
<b>URA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.314</b>	<b>1.314</b>
besplatno	0	0	1.314	1.314
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.209</b>	<b>1.209</b>
besplatno	0	0	1.209	1.209
<b>TV CG3</b>	<b>0</b>	<b>20.471</b>	<b>23.158</b>	<b>43.629</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>6.073</b>	<b>8.633</b>
besplatno	0	2.560	6.073	8.633
<b>DPS</b>	<b>0</b>	<b>2.551</b>	<b>162</b>	<b>2.713</b>
besplatno	0	2.551	162	2.713
<b>Dr Vujičić Božidar</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>4.251</b>	<b>6.811</b>
besplatno	0	2.560	4.251	6.811
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>1.046</b>	<b>3.606</b>
besplatno	0	2.560	1.046	3.606
<b>Evropski savez</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>1.716</b>	<b>4.276</b>
besplatno	0	2.560	1.716	4.276
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>3.380</b>	<b>5.940</b>
besplatno	0	2.560	3.380	5.940
<b>URA</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>2.708</b>	<b>5.268</b>
besplatno	0	2.560	2.708	5.268
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>0</b>	<b>2.560</b>	<b>3.822</b>	<b>6.382</b>
besplatno	0	2.560	3.822	6.382
<b>TV Nova M</b>	<b>749</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>749</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>43</b>
besplatno	43	0	0	43
<b>DPS</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>37</b>
besplatno	37	0	0	37
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>49</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>49</b>
besplatno	49	0	0	49
<b>Evropski savez</b>	<b>150</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>150</b>

besplatno	150	0	0	150
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>25</b>
besplatno	25	0	0	25
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>445</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>445</b>
besplatno	445	0	0	445
<b>TV Prva</b>	<b>2.433</b>	<b>4.238</b>	<b>414</b>	<b>7.085</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>330</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>330</b>
besplatno	330	0	0	330
<b>DPS</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>26</b>
besplatno	26	0	0	26
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>21</b>
besplatno	21	0	0	21
<b>Evropski savez</b>	<b>243</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>243</b>
besplatno	243	0	0	243
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>61</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>61</b>
besplatno	61	0	0	61
<b>URA</b>	<b>398</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>398</b>
besplatno	398	0	0	398
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>1.354</b>	<b>4.238</b>	<b>414</b>	<b>6.006</b>
besplatno	1.354	4.238	0	5.592
plaćeno	0	0	414	414
<b>TV Vijesti</b>	<b>2.659</b>	<b>11.670</b>	<b>329</b>	<b>14.658</b>
<b>Demokrate - Evropa sad</b>	<b>305</b>	<b>1.945</b>	<b>0</b>	<b>2.250</b>
besplatno	305	1.945	0	2.250
<b>DPS</b>	<b>217</b>	<b>1.945</b>	<b>0</b>	<b>2.162</b>
besplatno	217	1.945	0	2.162
<b>Đorđe Zenović</b>	<b>118</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>118</b>
besplatno	118	0	0	118
<b>Evropski savez</b>	<b>386</b>	<b>1.945</b>	<b>0</b>	<b>2.331</b>
besplatno	386	1.945	0	2.331
<b>Nikola Jovanović</b>	<b>295</b>	<b>1.945</b>	<b>329</b>	<b>2.569</b>
besplatno	295	1.945	0	2.240
plaćeno	0	0	329	329
<b>URA</b>	<b>386</b>	<b>1.945</b>	<b>0</b>	<b>2.331</b>
besplatno	386	1.945	0	2.331
<b>Za budućnost Budve</b>	<b>952</b>	<b>1.945</b>	<b>0</b>	<b>2.897</b>
besplatno	952	1.945	0	2.897
<b>UKUPNO:</b>	<b>29.502</b>	<b>134.169</b>	<b>61.277</b>	<b>224.948</b>