



**Crna Gora**  
**AGENCIJA ZA AUDIOVIZUELNE MEDIJSKE USLUGE**

Broj: 05-633/24-1212/1  
Podgorica, 09.12.2024. godine

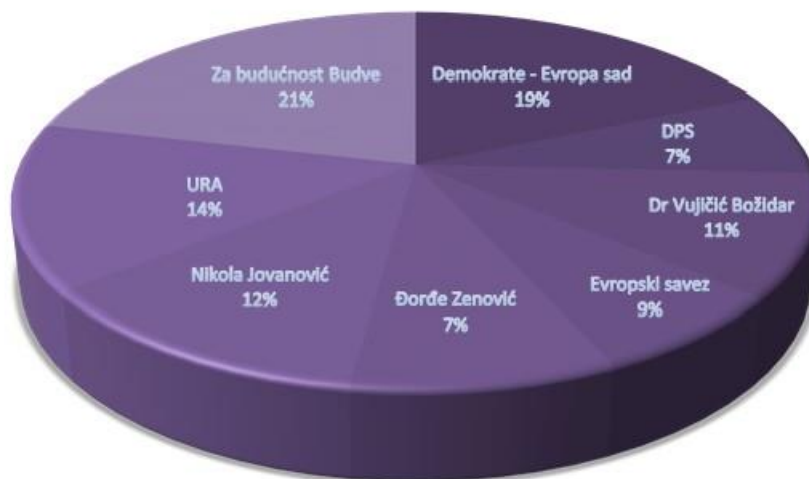
**OBJAVLJEN IZVJEŠTAJ O POLITIČKOM OGLAŠAVANJU  
ZA LOKALNE IZBORE U BUDVI**

Agencija za audiovizuelne medijske usluge (AMU) objavila je Izvještaj o političkom oglašavanju tokom kampanje za izbore za odbornike u Skupštini opštine Budva. Ovaj izvještaj nudi detaljnu analizu podataka o obimu i vrsti programskih sadržaja u kojima je vršeno političko oglašavanje, sa posebnim naglaskom na trajanje i vrstu političkog oglašavanja (plaćeno/besplatno). 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 emitovanog programa u periodu od 1. do 15. novembra 2024. godine, u terminima od 7 do 24 časa. Izvještaj takođe sadrži preporuke za unaprjeđenje zakonskog okvira, sa ciljem postizanja efikasnijeg nadzora i regulacije u ovoj oblasti.

Ukupno trajanje političkog oglašavanja tokom kampanje za lokalne izbore u Budvi, na posmatranim televizijskim programima, u periodu od 1. do 15. novembra 2024. godine, iznosilo je 224.948 sekundi, što je približno 62 sata i 29 minuta u okviru 15 dana. Od ukupnog političkog oglašavanja, 93,39% odnosilo se na besplatno oglašavanje, dok je svega 6,61% pripadalo plaćenom političkom oglašavanju. Najveći udio besplatnog političkog oglašavanja, nezavisno od oblika, zabilježen je na programu TV Budva (36,48%), dok je na programu TV Nova M emitovano svega 0,36%.

Najveći procenat plaćenog političkog oglašavanja, čak 92,43%, evidentiran je na 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 obezbijedjeni 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 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%.



Količina besplatnog političkog oglašavanja po izornoj listi – izbori Budva

### ***Nedosljedna primjena u dijelu označavanja sadržaja koji se odnose na besplatno i plaćeno političko oglašavanje***

Nalazi Agencije za audiovizuelne medijske usluge (AMU) pokazuju da je političko oglašavanje, u načelu, adekvatno raspoređivano i emitovano unutar označenih blokova. Ipak, monitoringom je utvrđena nedosljedna primjena u dijelu označavanja sadržaja koji se odnose na besplatno i plaćeno političko oglašavanje.

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.

I ovi održani izbori su ukazali na potrebu za sistemskim pristupom u formiranju zakonskih rješenja koja preciziraju prava i obaveze medija, nadležnih organa za sprovođenje zakona, kao i svih drugih subjekata direktno ili indirektno uključenih u izborni proces i političko oglašavanje. Agencija ponovo ističe važnost sveobuhvatnog revidiranja zakonskog okvira kako bi se izbjegla preklapanja ili odsustvo nadležnosti i obezbijedila efikasnost u nadzoru, prevenciji i sankcionisanju.

Kompletan izvještaj o medijskom predstavljanju tokom kampanje za lokalne izbore u Budvi dostupan je na sajtu Agencije – [www.amu.me](http://www.amu.me).

Služba za zajedničke poslove  
**Damir Nikočević**  
Službenik za odnose sa javnošću i upravljanje projektima