

SPINoFAKT2

političko oglašavanje

između spina i činjenica

Predsjednički izbori 2018

Monitoring medija

15. mart 2018 – 15. april 2018.



Metodologija



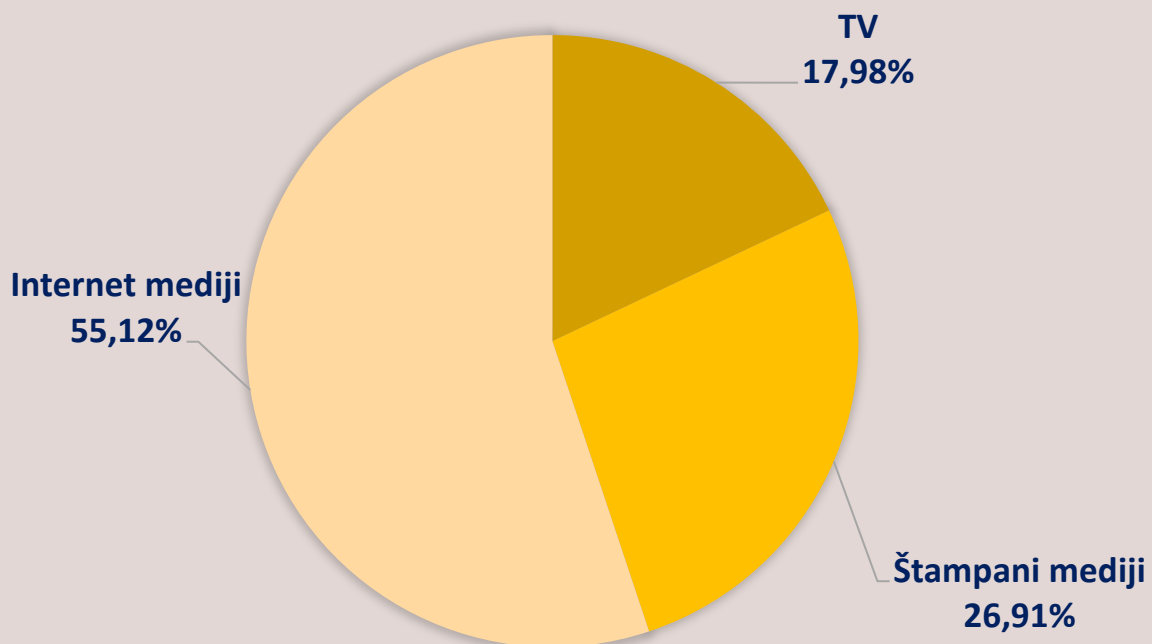
- Monitoring obuhvata **kvalitativno i kvantitativno** istraživanje
 - ukupan broj medijskih objava kandidata po tipu medija i po kandidatima
 - zastupljenost kandidata u medijima
 - planiranost i neplaniranost objava
 - ton kampanje kandidata
 - teme koje su dominantne u kampanji
 - međusobni napadi i kritike predsjedničkih kandidata
- **Period:** 15. mart – 15. april 2018. (do 20h)
- Praćeno je **17 medija**:
 - **Televizije:** *TVCG1, TV Vijesti, TV Prva i TV Pink M* – glavne večernje informativne emisije
 - **Dnevni listovi:** *Vijesti, Dan, Pobjeda, Dnevne novine i Sloboda*
 - **Portali:** *Vijesti, CdM, Analitika, Antena M, IN4S, RTCG, Standard i FOS media*
- **Oglašavanje** – poseban segment istraživanja



Predsjednički izbori 2018: Broj objava

Ukupan broj objava za temu **Predsjednički izbori 2018** kod sva tri tipa medija je **4534**, od čega najviše na portalima **55,12%**

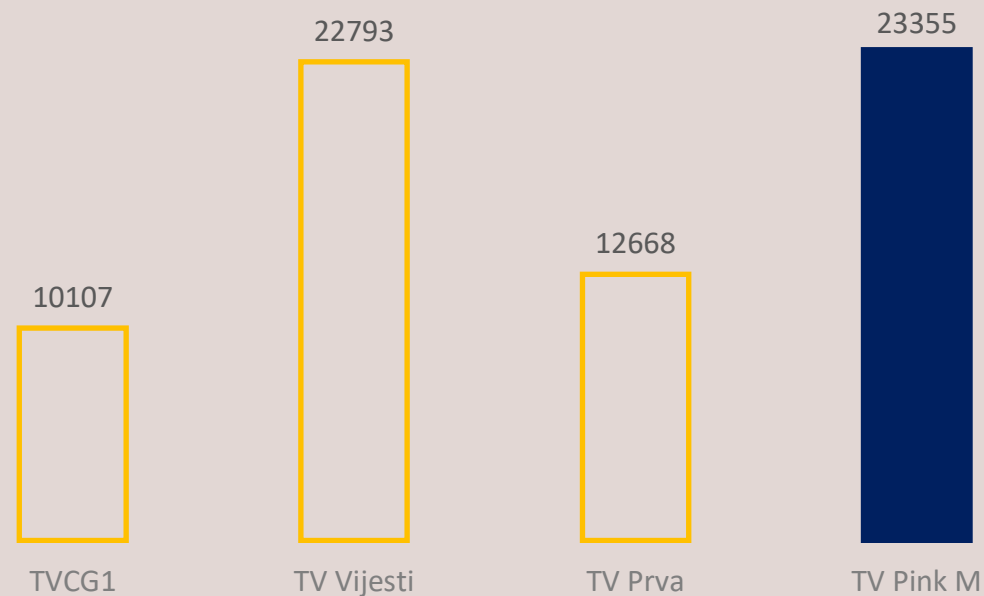
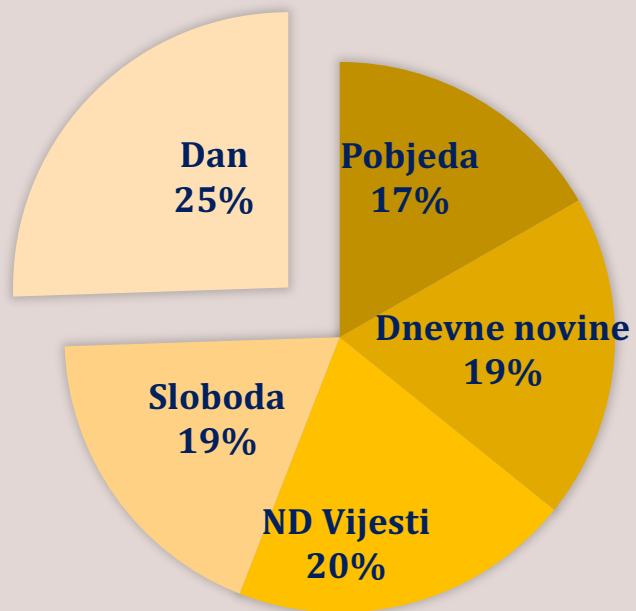
Izborna kampanja se našla u žiži kod 55,4% objava. Negativna kampanja (30,4%) bila je nešto zastupljenija u odnosu na pozitivnu (25%)





Predsjednički izbori 2018: površina/vrijeme

Ukupno 2 091 563 mm² odnosi se na pokrivanje teme u novinama, odnosno 68 923 sekunde na TV stanicima. Temi su najviše prostora posvetili dnevni list *Dan* (u prosjeku 1379 mm² po članku) i TV *Pink M* (u prosjeku 124 sekunde po objavi).

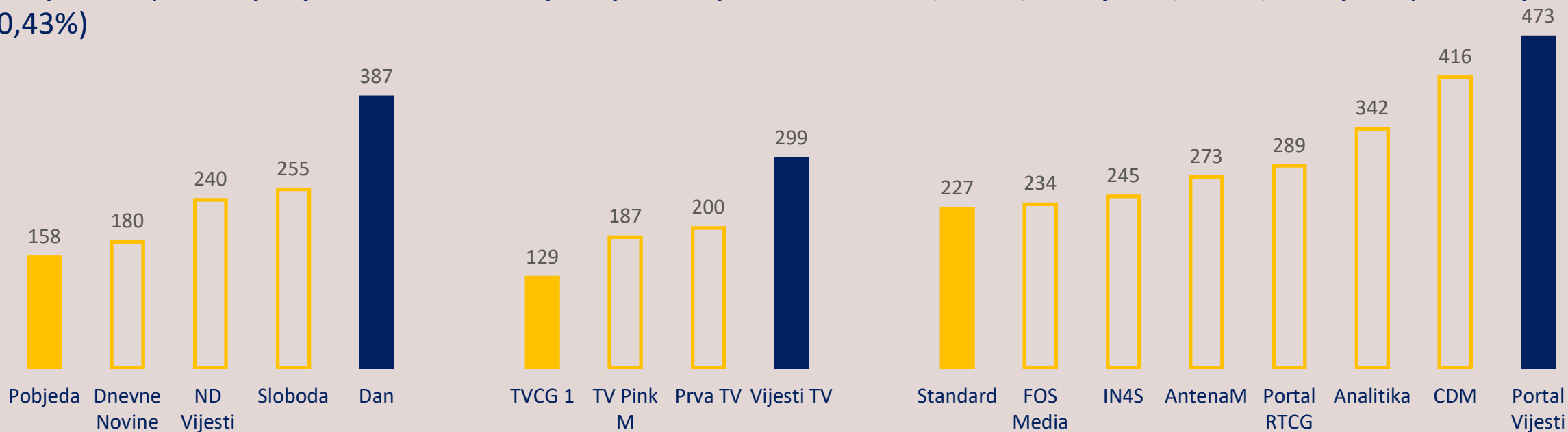




Predsjednički izbori 2018: Broj objava po medijima

Najviše objava o temi Predsjednički izbori 2018 bilo je u dnevnim novinama *Dan*, na televiziji *Vijesti* i portalu *Vijesti*. Najmanji broj objava o izborima evidentiran je na javnom servisu RTCG1, portalu *Standard* i dnevnom listu *Pobjeda*.

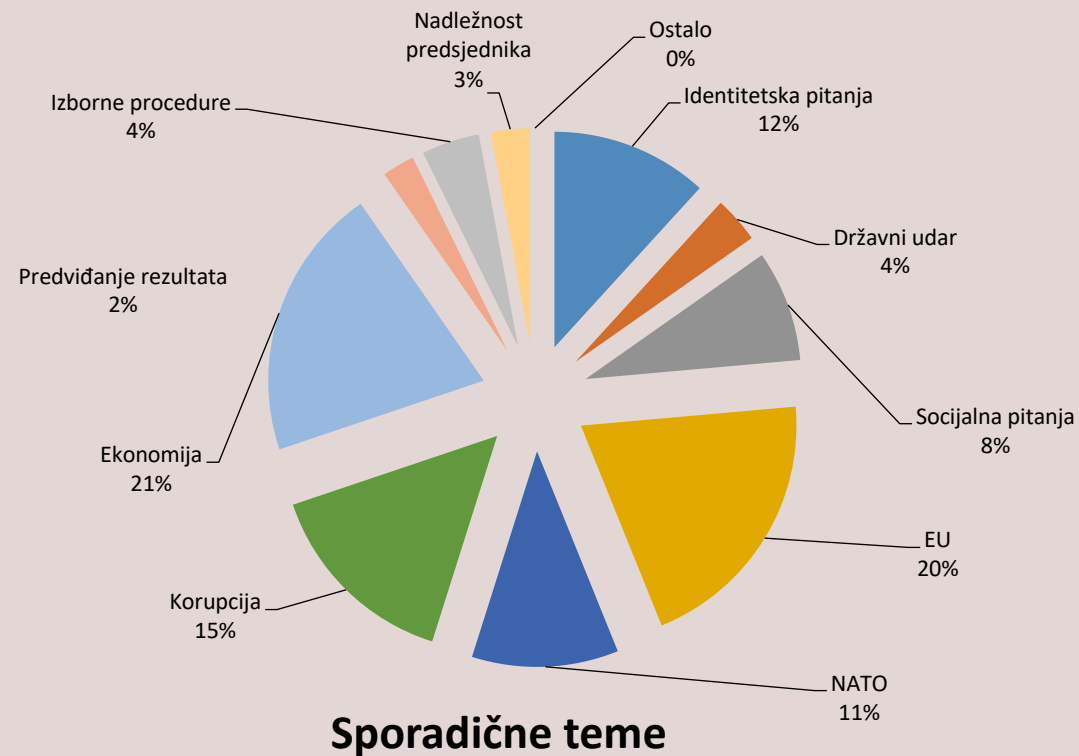
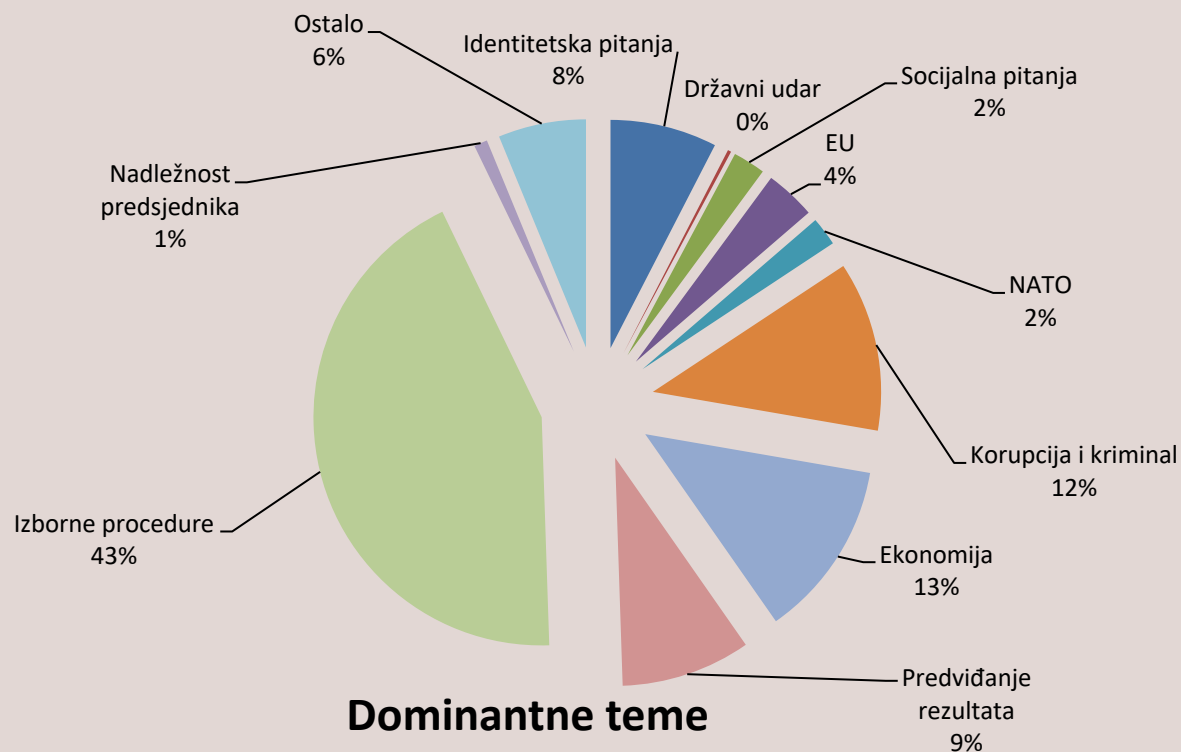
Gledajući ukupan broj objava o izborima najmanje su izvještavali RTCG1 (2,85%) i Pobjeda (3,48%), a najviše portal Vijesti (10,43%)





Predsjednički izbori 2018: broj objava po temama

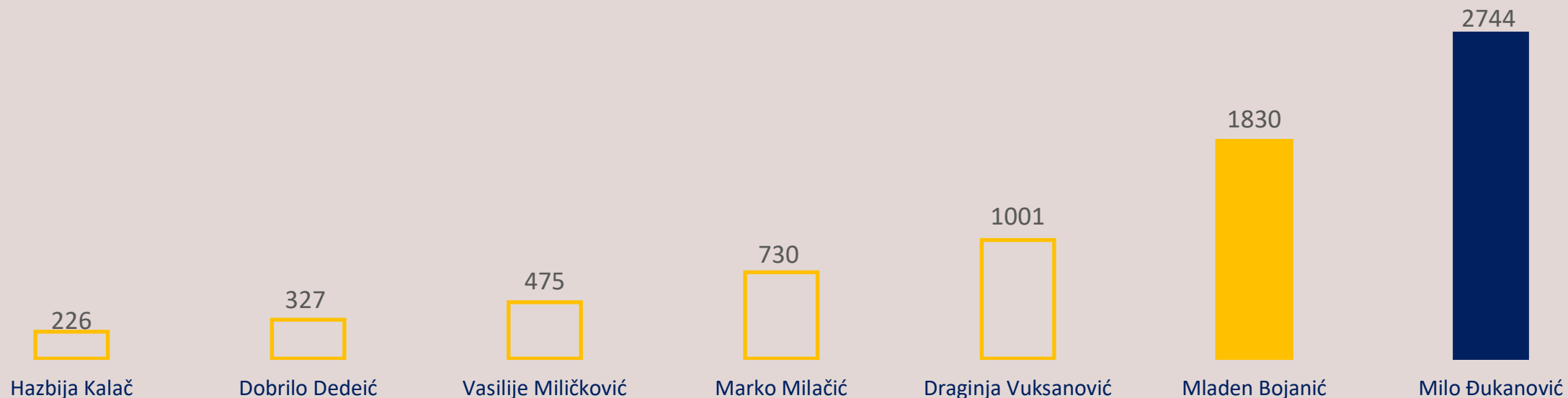
Čak 43% objava dominantno se odnosilo na *izborne procedure*. Iznad 10% samo su se našla *ekonomska pitanja* i *pitanje korupcije i kriminala*. Socijalna i identitetska pitanja u nešto većem procentu zastupljena su kod sporadičnih pominjanja.





Predsjednički kandidati 2018: broj objava

Predsjednički kandidat Milo Đukanović izdvojio se po broju objava, jer je pomenut u sadržaju 2744 objave, pri čemu je monitoring za Đukanovića počeo od dana njegove zvanične kandidature 19/20. marta 2018. Slijede Mladen Bojanić sa 1830 objava i Draginja Vuksanović sa 1001 objavom.

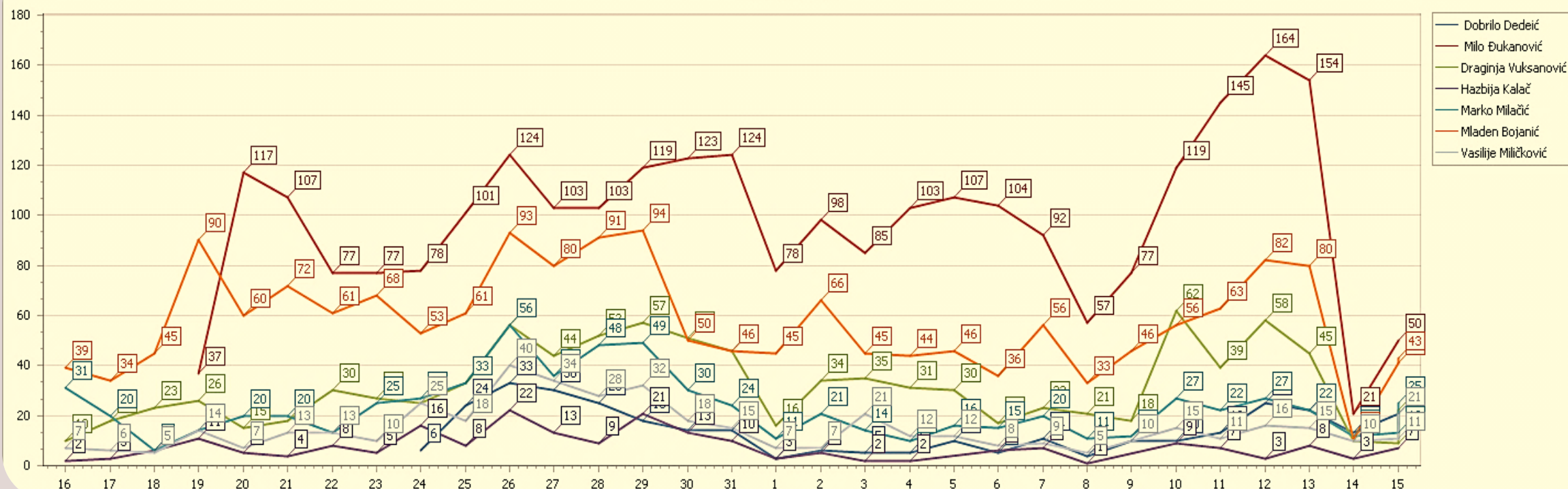




Predsjednički kandidati 2018: trend broja objava

U odnosu na ostale kandidate, o kandidatu Milu Đukanoviću dnevno je plasiran najveći broj objava. Kandidat je najviše objava imao 12. aprila, kandidat Mladen Bojanić 29. marta, a kandidatkinja Draginja Vuksanović 10. aprila.

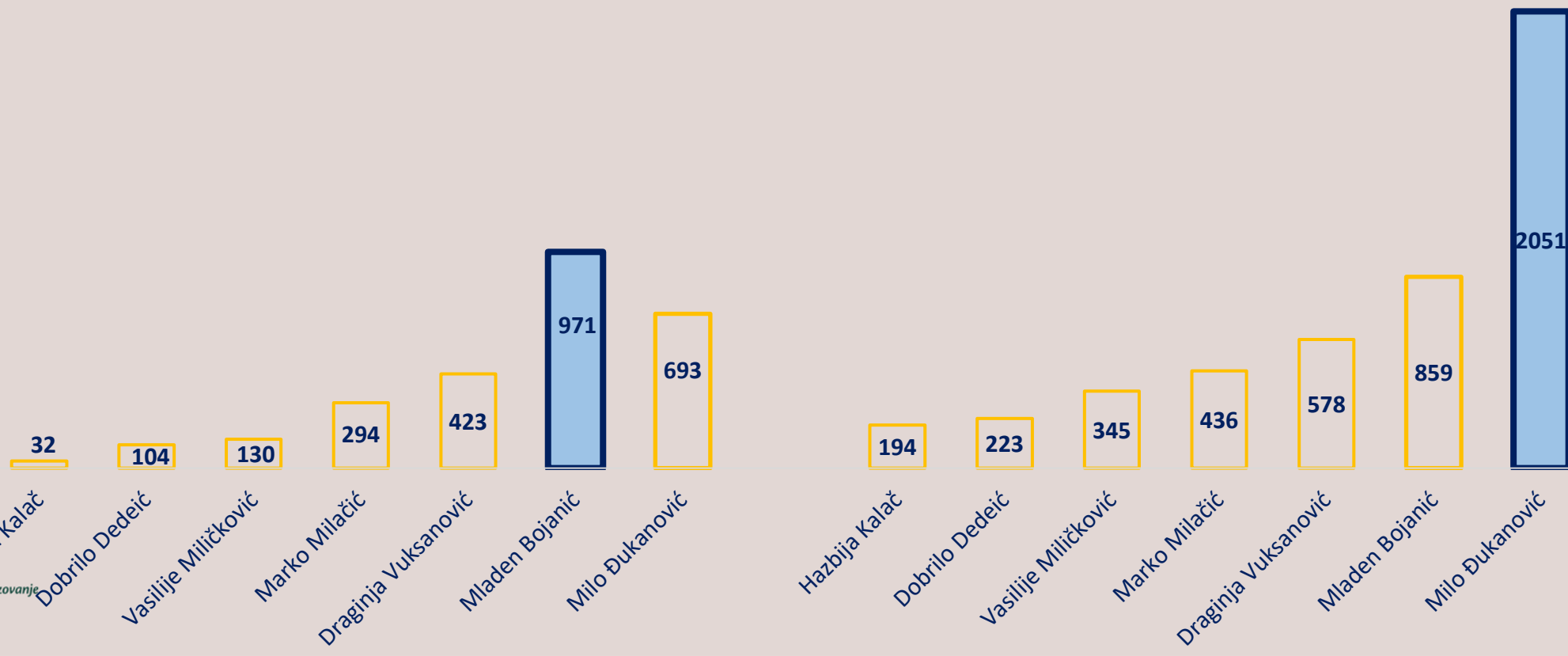
15.03 - 15.04 - Broj objava (opšti utisak)
Datumi - Osobe





Predsjednički kandidati 2018: planiranost

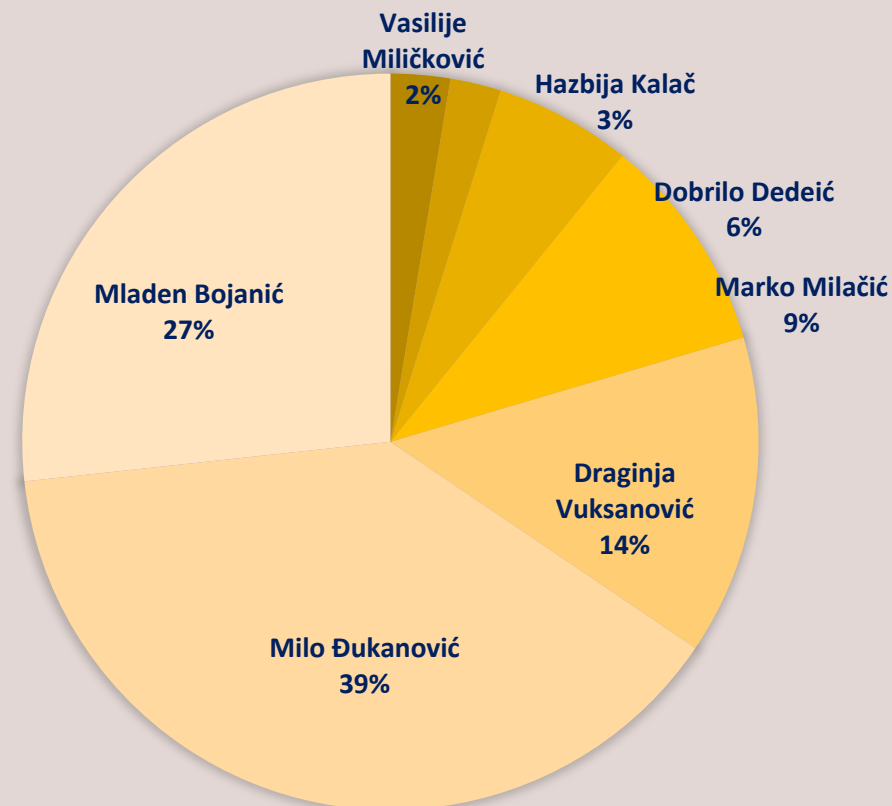
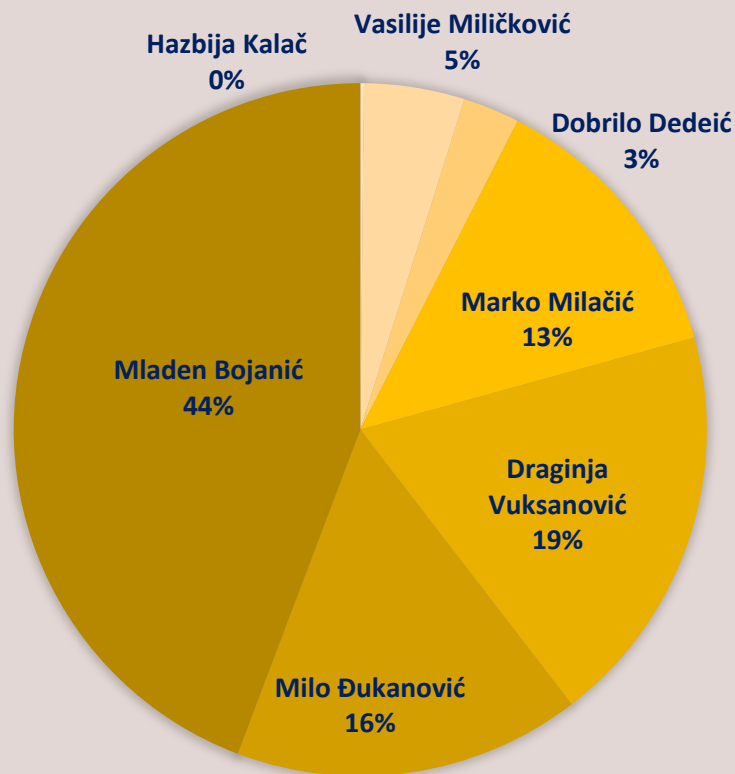
Planiranih istupanja, svojih i partijskih, u posmatranom periodu, najviše je imao Mladen Bojanić i to na portalima CdM, IN4S i Vijesti, a najmanje na TVCG1. Predsjednički kandidat Milo Đukanović najviše je pominjan **od strane drugih subjekata** u istom periodu i to na portalu Vijesti i dnevnom listu Dan, a najmanje na TVCG1 i TV Prva.





Predsjednički kandidati 2018: Kritika/Ponuda

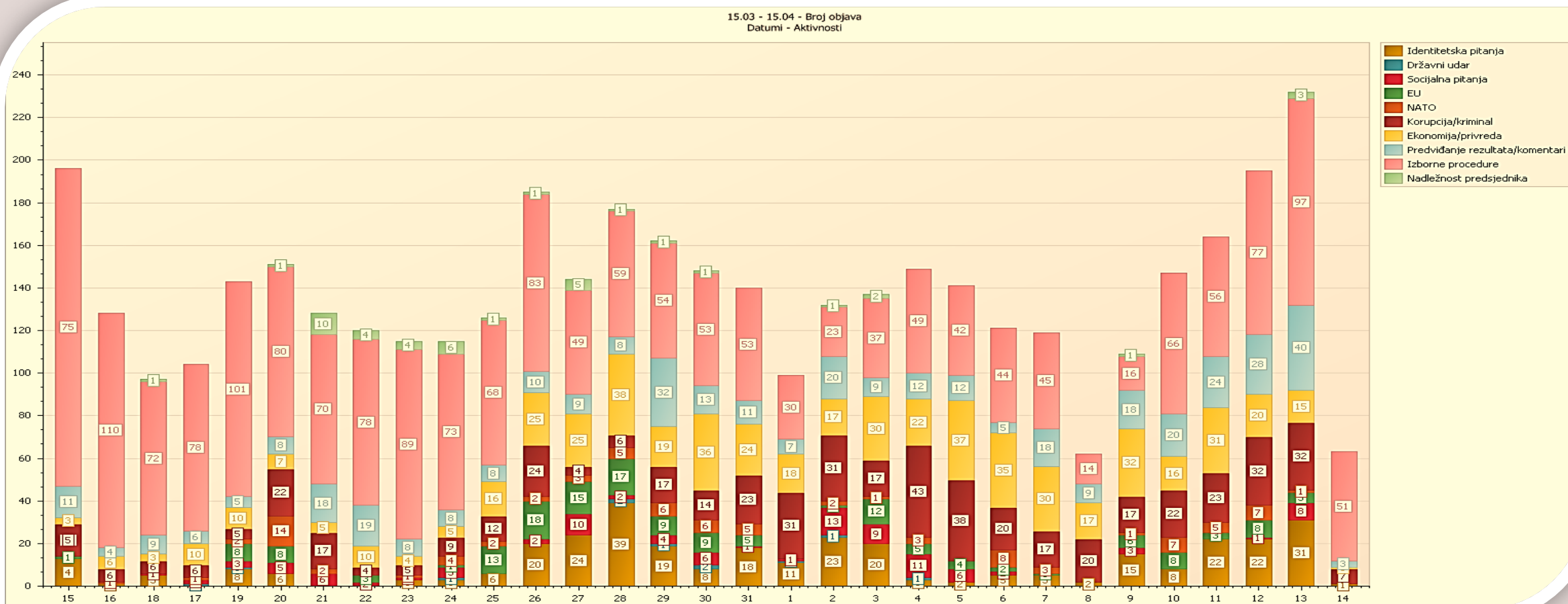
Kod planiranih medijskih istupanja u promociji sopstvenog izbornog programa (u cjelokupnoj objavi ili većem dijelu) najaktivniji je bio predsjednički kandidat Milo Đukanović, a u kritici Mladen Bojanić.





Predsjednički kandidati 2018: ključne teme po datumima

U drugom dijelu kampanje, a bliže danu izbora, više se pričalo o korupciji/kriminalu, kao i ekonomskim i identitetskim pitanjima





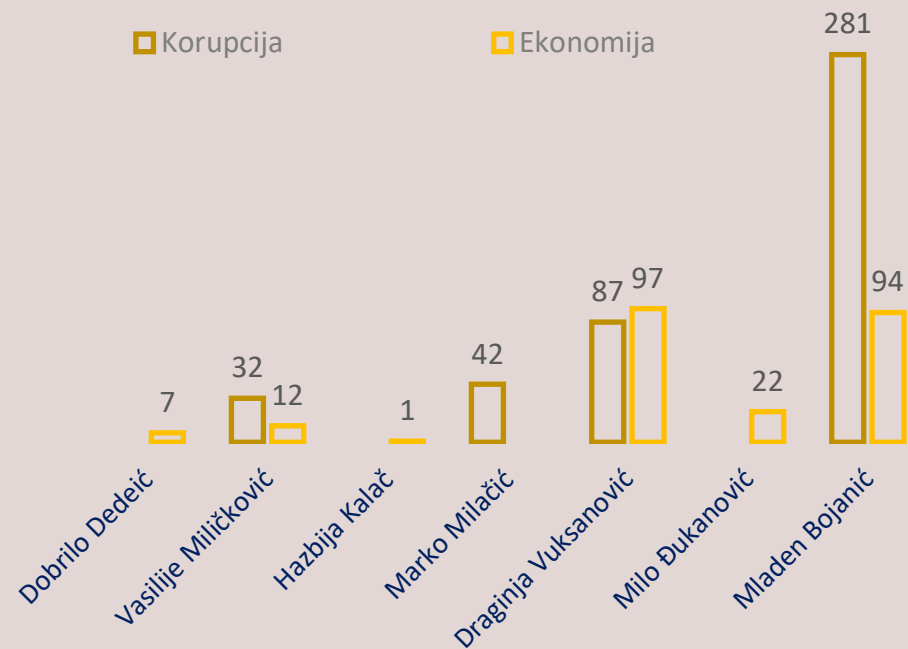
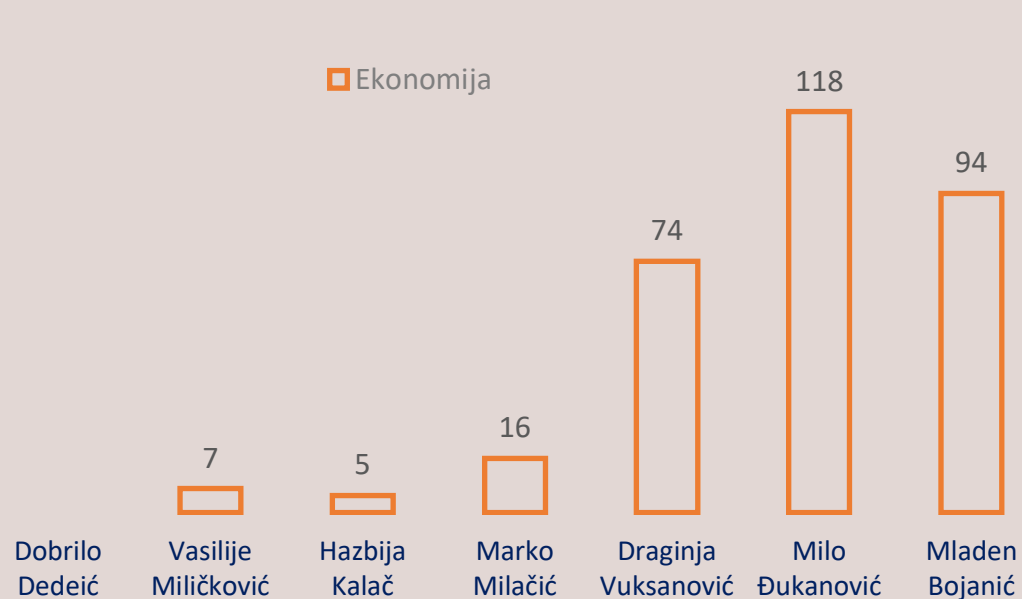
Predsjednički kandidati 2018: ključne teme





Predsjednički kandidati 2018: izborni program/kritika

Predsjednički kandidati su se u svojim istupanjima najviše fokusirali na unaprijeđenje ekonomske situacije. Evidentirana su i pominjanja tema koje se odnose na mlade, socijalna pitanja, siromaštvo, zdravstvo, NVO, ali su te teme u medijskim objavama tretirane sporadično. U međusobnim kritikama kandidati su se najviše fokusirali na korupciju/kriminal i ekonomska pitanja.





Predsjednički kandidati 2018: manje zastupljene teme



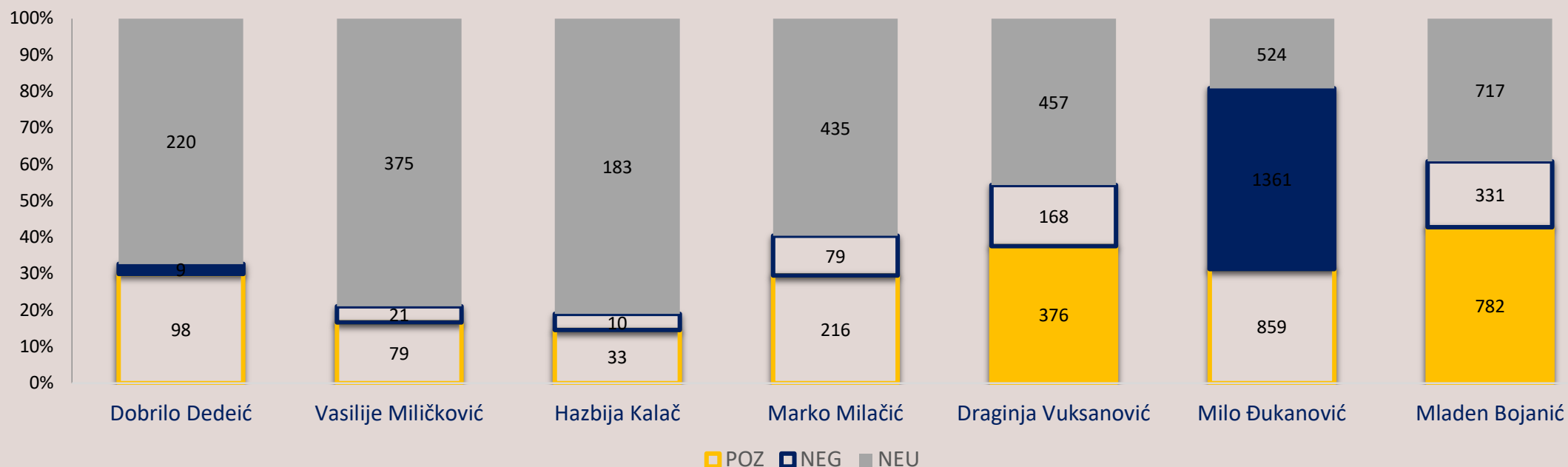
Kao dominantna tema nadležnost predsjednika našla se u svega 1% objava

O predsjedničkim nadležnostima koje su propisane članom 95 Ustava Crne Gore kandidati gotovo da i nisu govorili



Predsjednički kandidati 2018: ton objava

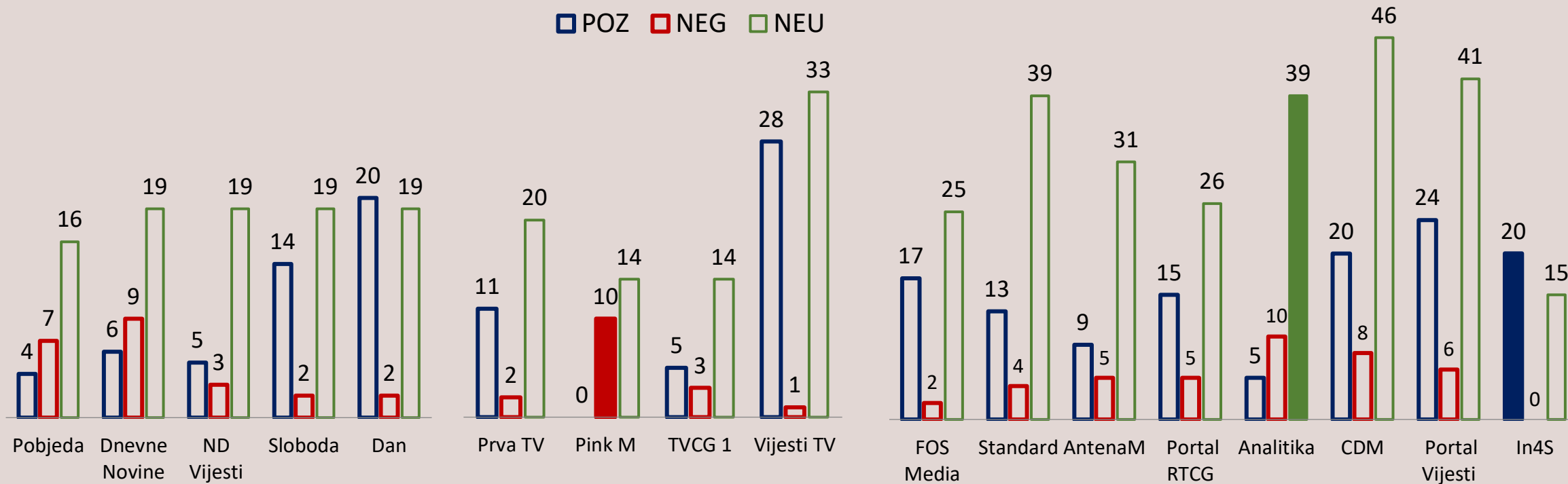
Kada se analizira ukupna slika, najviše negativnih medijskih objava bilo je o predsjedničkom kandidatu Milu Đukanoviću i to 49,6% dok je onih pozitivnih imao 31,3%. Pozitivnih medijskih pominjanja kod predsjedničkog kandidata Mladena Bojanića bilo je 42,7%, a negativnih 18,08%. Kod ostalih kandidata dominirao je neutralan ton, pri čemu je predsjednička kandidatkinja Draginja Vuksanović imala duplo više pozitivnih nego negativnih objava.





Predsjednički kandidati 2018: Marko Milačić

Ton objava po medijima - najveći procenat pozitivnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat je imao na portalu In4S (57,14%), a negativnih na TV PinkM (41,67%). Procentualno najviše neutralnih objava kandidat ima na portalu Analitika (72,22%).

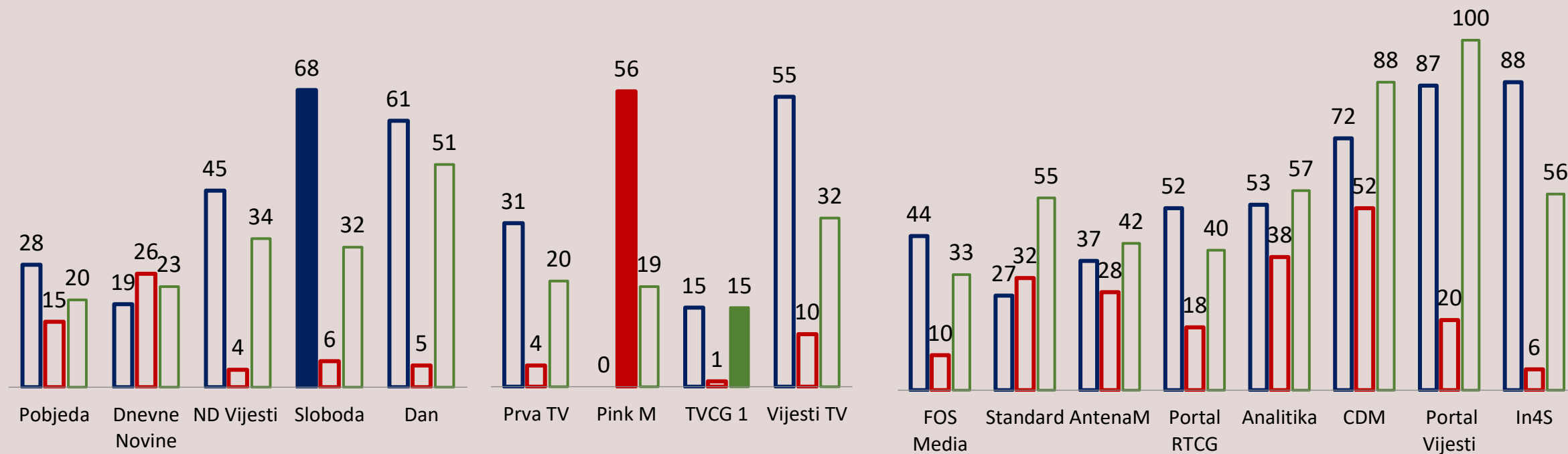




Predsjednički kandidati 2018: Mladen Bojanić

Ton objava po medijima - najveći procenat negativnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat Bojanić ima na TV Pink M (74,67%), a pozitivnih u dnevnom listu Sloboda (64,15%), a neutralnih na TVCG1 (48,39%).

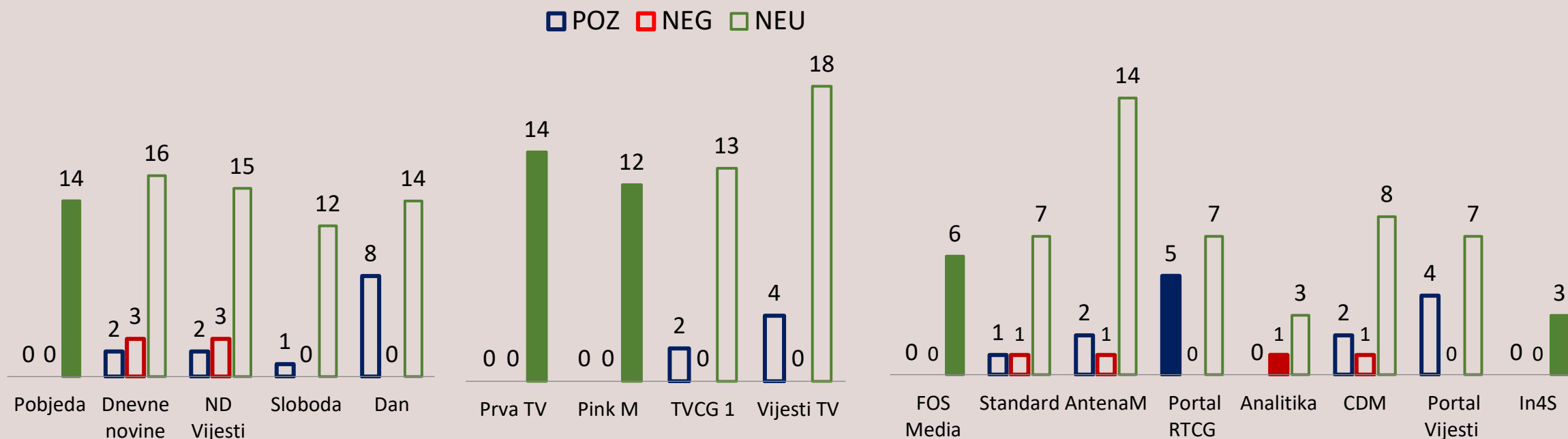
■ POZ ■ NEG ■ NEU





Predsjednički kandidati 2018: Hazbija Kalač

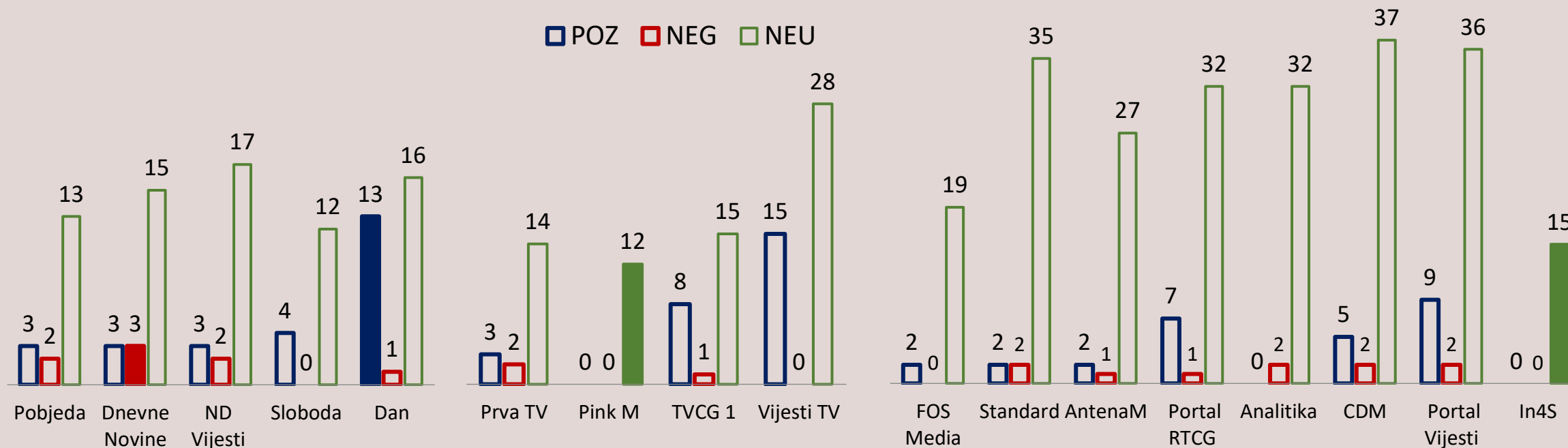
Ton objava po medijima – dominiraju objave neutralnog tona. Najveći procenat pozitivnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat Kalač ima na portalu RTCG (41,67%), a negativnih na portalu Analitika (25%). Objave samo neutralnog tona (100%) kandidat je imao u Pobjedi, na televizijama Prva/PinkM i portalima FOS/In4S.





Predsjednički kandidati 2018: Vasilije Miličković

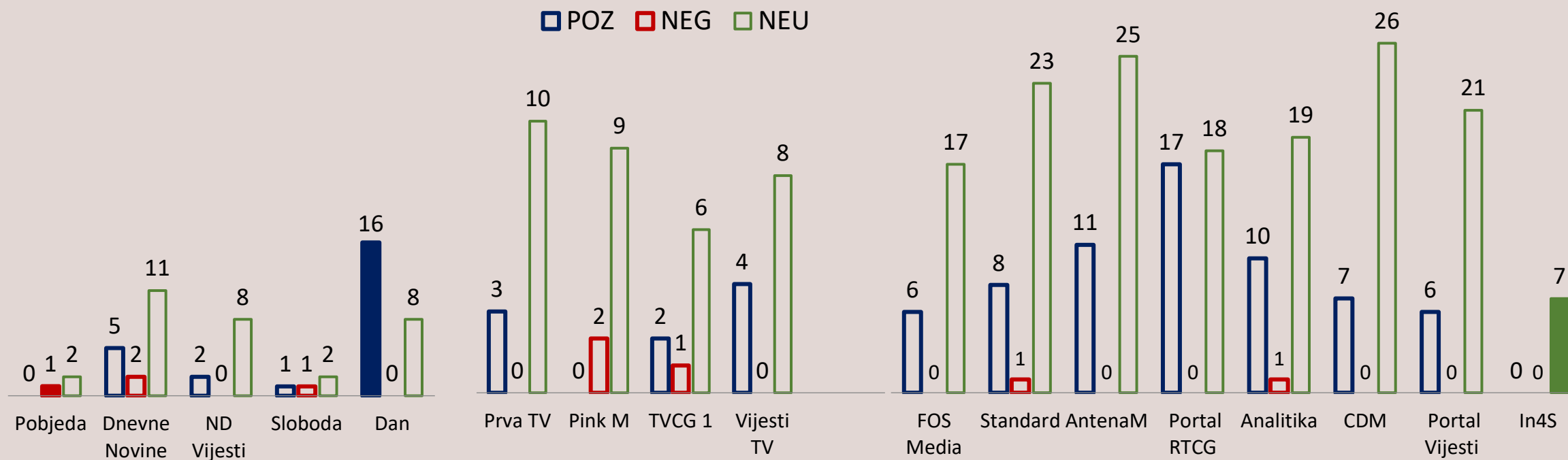
Ton objava po medijima - dominiraju objave neutralnog tona. Najveći procenat pozitivnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat ima u Danu (43,33%), a negativnih u Dnevnim novinama (14,29%). Kandidat je najneutralniji bio na televiziji PinkM i In4S (100%).





Predsjednički kandidati 2018: Dobrilo Dedeić

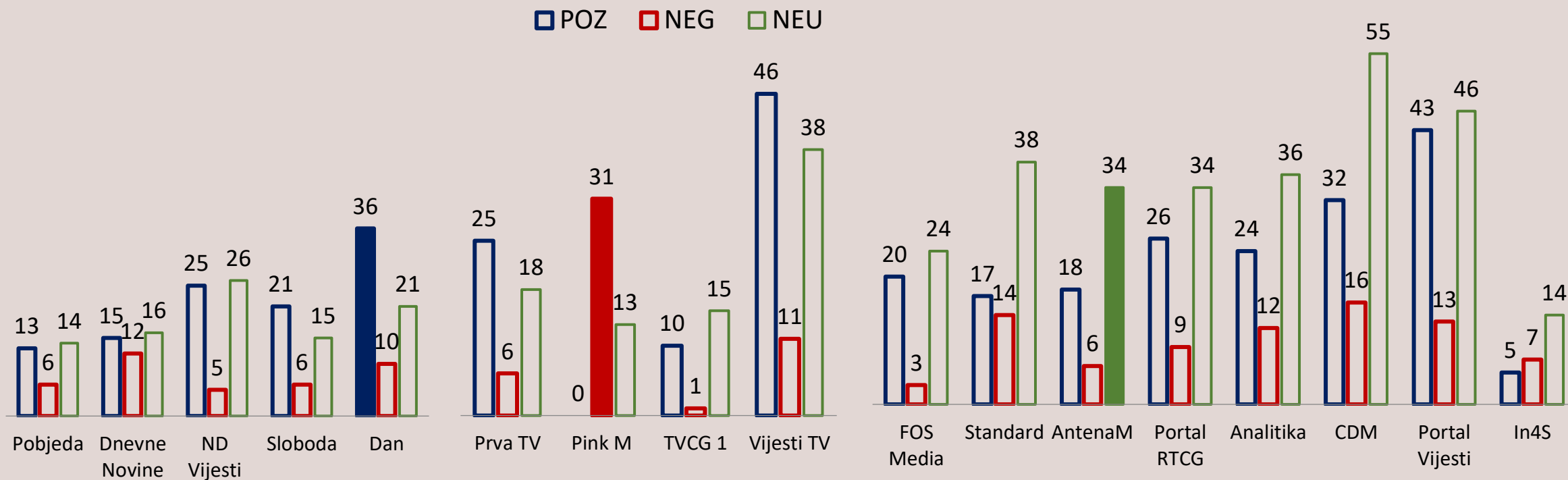
Ton objava po medijima – dominiraju objave neutralnog tona. Najveći procenat pozitivnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat ima u dnevnom listu Dan (66,67%), a negativnih u Pobjedi (33,33%), a neutralnih na portalu In4S (100%).





Predsjednički kandidati 2018: Draginja Vuksanović

Najveći procenat pozitivnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidatkinja je imala u dnevnom listu Dan (53,73%), a negativnih na TV Pink M (70,45%), a neutralnih na portalu AntenaM (58,62%).

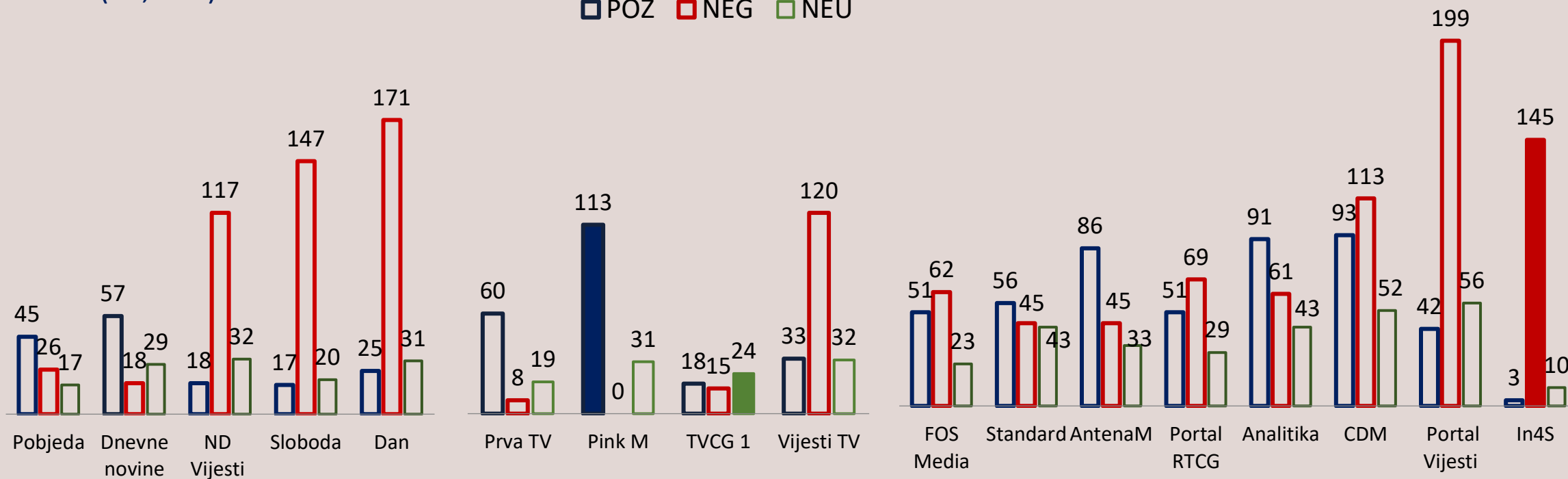




Predsjednički kandidati 2018: Milo Đukanović

Najveći procenat negativnih u odnosu na ukupan broj objava plasiranih po medijima pojedinačno kandidat Đukanović je imao na portalu In4S (91,77%). Najveći procenat pozitivnih objava našao se na TV Pink M (78,47%), a neutralnih na TVCG1 (42,11%).

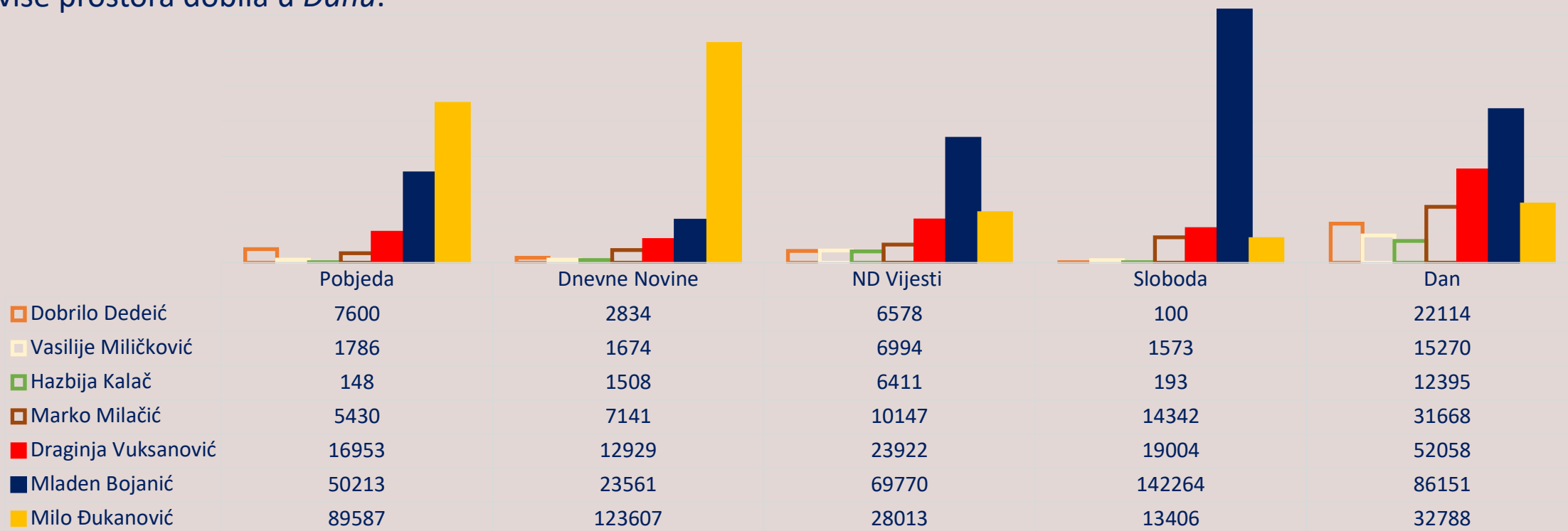
■ POZ ■ NEG ■ NEU





Predsjednički kandidati 2018: mediji i površina

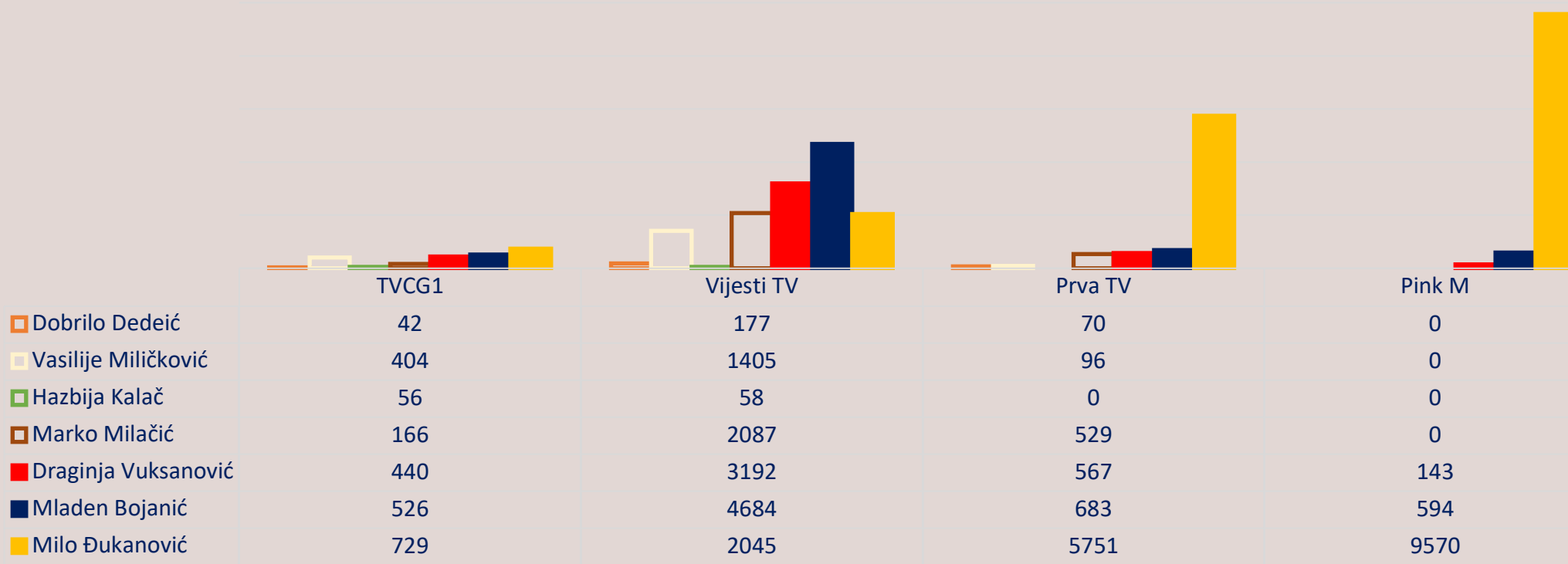
Pojedinačno, po štampanim medijima, najviše prostora (mm²) za **planirana istupanja** dao je dnevni list *Sloboda* i to kandidatu Mladenu Bojaniću, *Dnevne novine* kandidatu Milu Đukanoviću, dok je kandidatkinja Draginja Vuksanović najviše prostora dobila u *Danu*.





Predsjednički kandidati 2018: mediji i vrijeme

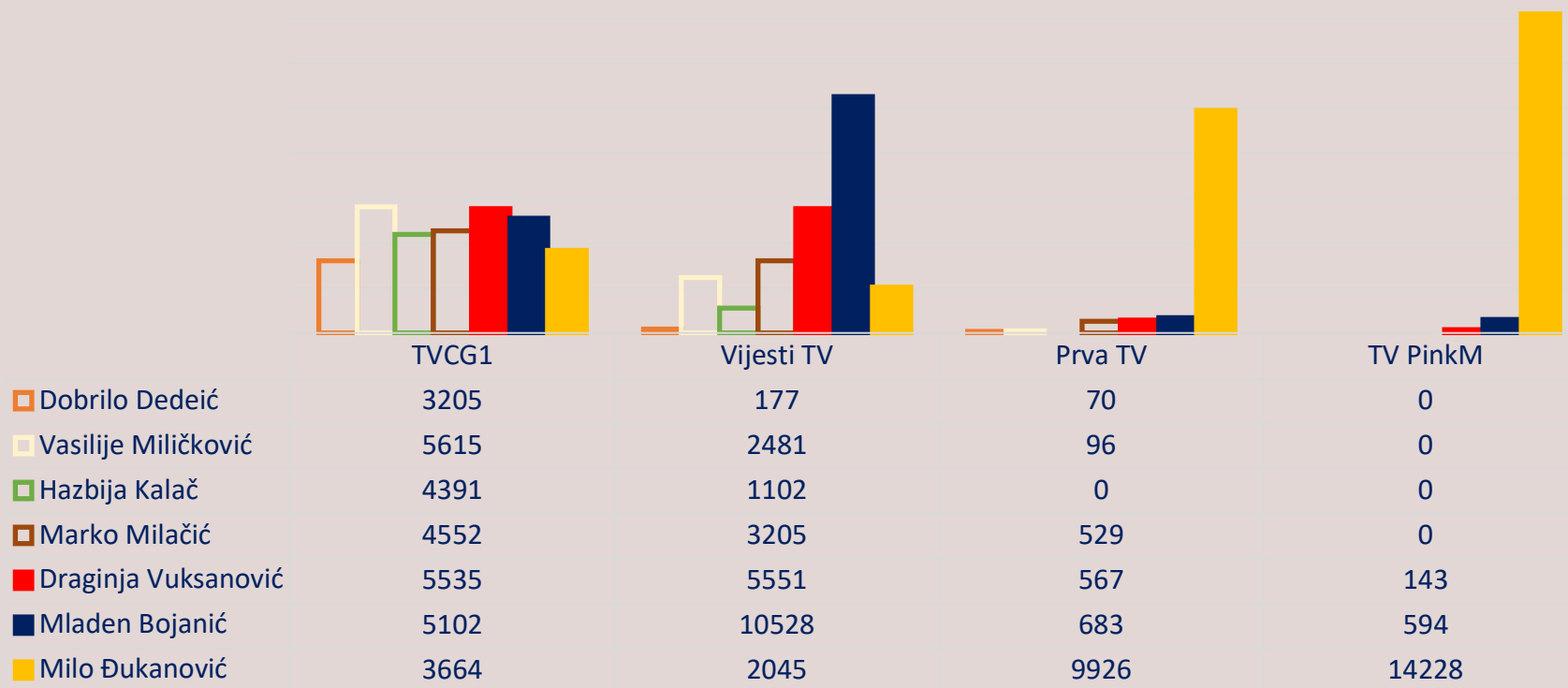
Pojedinačno, najviše sekundi za **planirana** istupanja na TV dobio je Milo Đukanović na televiziji Pink M, a Mladen Bojanić na TV Vijesti.





Predsjednički kandidati 2018: mediji i vrijeme

Pojedinačno, najviše sekundi za **planirana istupanja u informativnim i vaninformativnim emisijama** dobili su kandidati Milo Đukanović na TV Pink M (14228 sec) i Mladen Bojanić na TV Vijesti (10528 sec).

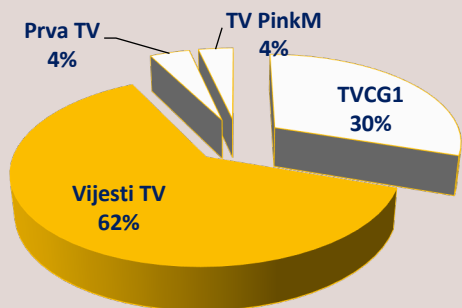




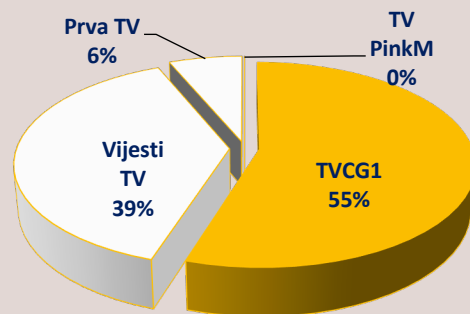
Predsjednički kandidati 2018: mediji i vrijeme

Najveći procenat planiranih istupanja (u informativnim i vaninformativnim emisijama) kandidat Mladen Bojanić je imao na TV Vijesti, Milo Đukanović na TV PinkM, a Draginja Vuksanović je podjednako bila zastupljena na TV Vijesti i RTCG1, pri čemu treba naglasiti da Đukanović nije dolazio u debatne emisije koje su organizovali javni servis RTCG i TV Vijesti.

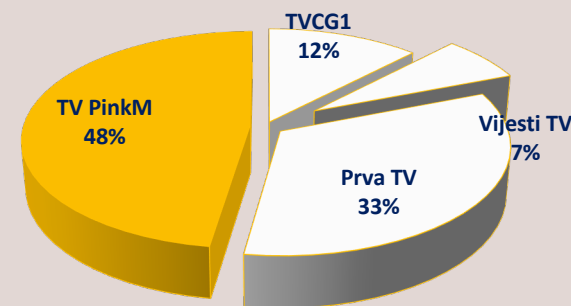
Mladen Bojanić



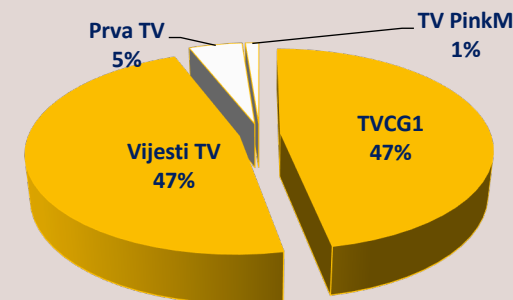
Marko Milačić



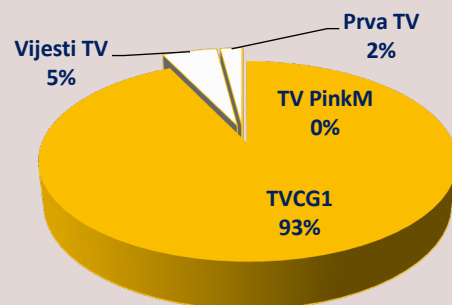
Milo Đukanović



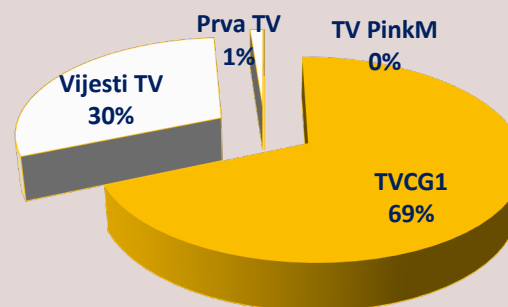
Draginja Vuksanović



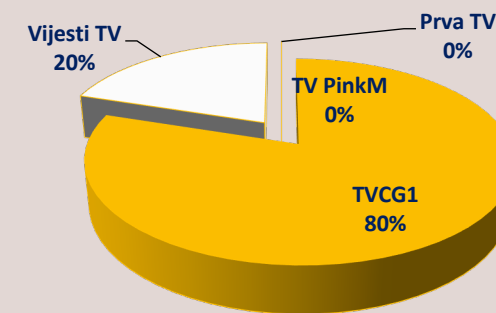
Dobriilo Dedeić



Vasilije Miličković



Hazbija Kalač



Predsjednički izbori 2018: Prime time emisije



Sučeljavanja/Debate



TV Vijesti: **Načisto**
Datum: **15. mart 2018.**
Dužina emisije: **6374**

Gosti u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Vasilije Miličković	1076 /6374sec
Marko Milačić	1118 /6374sec
Hazbija Kalač	1044 /6374sec
Đorđije Blažić	1117 /6374sec

TV Vijesti: **Načisto**
Datum: **12. april 2018.**

Gosti u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Draginja Vuksanović	2359/6898sec
Mladen Bojanić	2430/6898sec

RTCG : Debata

Datum: **30. mart 2018.**

Dužina emisije: **5407s**

Gosti u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Marko Milačić	792/5407sec
Mladen Bojanić	754/5407sec
Hazbija Kalač	716/5407sec
Vasilije Miličković	1022/5407sec
Dobriilo Dedeić	125/5407sec
Draginja Vuksanović	1105/5407sec

RTCG : Debata

Datum: **13. april 2018.**

Gosti u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Marko Milačić	767/5034sec
Mladen Bojanić	786/5034sec
Hazbija Kalač	739/5034sec
Vasilije Miličković	976/5034sec
Draginja Vuksanović	989/5034sec

Predstavljanje kandidata



TV PinkM: Intervju

Datum: **29. mart 2018.**

Gost u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Milo Đukanović	4658/6474sec

TV Vijesti: Načisto

Datum: **29. mart 2018.**

Gost u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Mladen Bojanić	3414/5603sec

RTCG : Intervju

Datum: **2/10. april 2018.**

Gosti u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Marko Milačić	2827/3381sec
Mladen Bojanić	3036/3524sec
Hazbija Kalač	2880/3232sec
Vasilije Miličković	3213/3423sec
Dobriilo Dedeić	3038/3229sec
Draginja Vuksanović	3001/3266sec
Milo Đukanović	2935/3349sec

Prva TV: Živa istina

Datum: **11. april, 2018.**

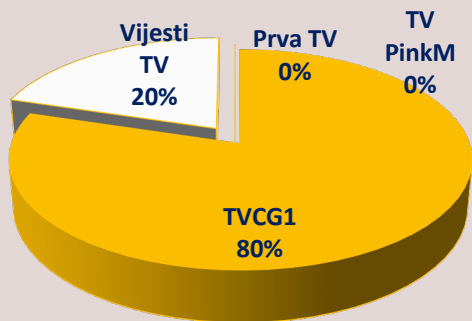
Gost u studiju	Vrijeme (u sekundama)
Milo Đukanović	4175/7245sec



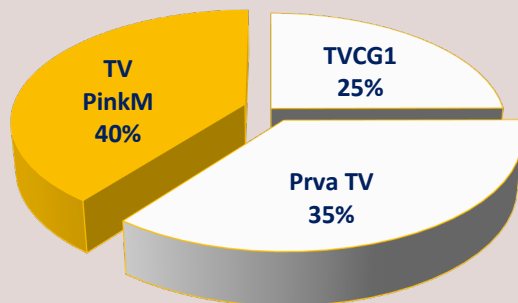
Predsjednički kandidati 2018: mediji i vrijeme u prime time-u

Svi predsjednički kandidati su iskoristili mogućnost predstavljanja u **vaninformativnim emisijama** na Javnom servisu. Osim kandidata Mila Đukanovića ostali kandidati nisu imali planiranih istupanja u vaninformativnim emisijama na televizijama PinkM i TV Prva. Kandidat Đukanović, za razliku od ostalih kandidata nije imao planiranih istupanja u vaninformativnim emisijama na TV Vijesti.

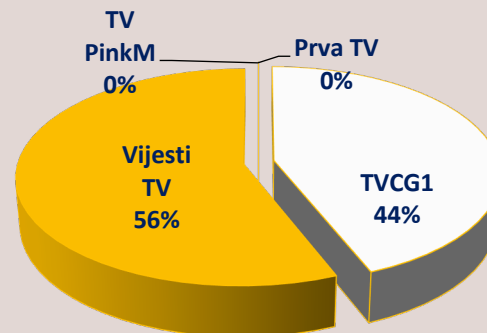
Marko Milačić



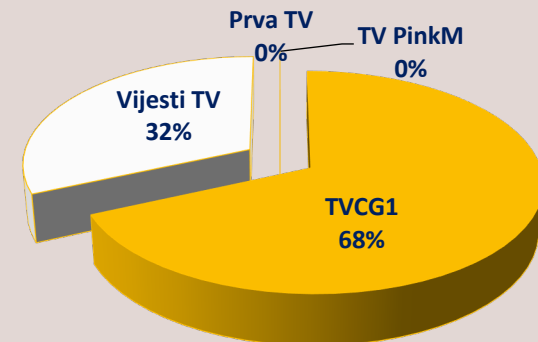
Milo Đukanović



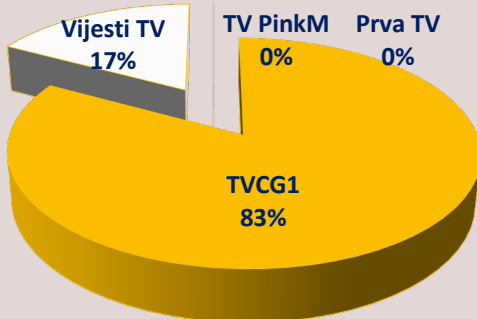
Mladen Bojanić



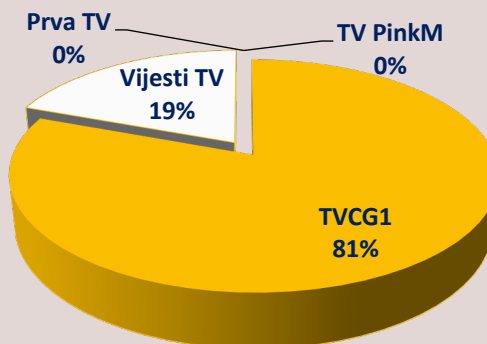
Draginja Vuksanović



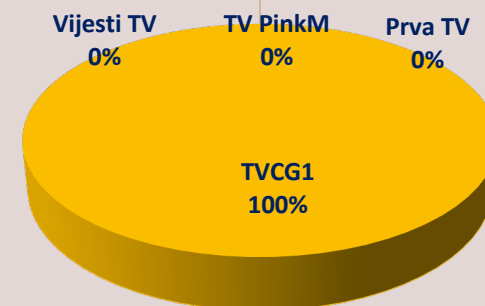
Vasilije Miličković



Hazbija Kalač



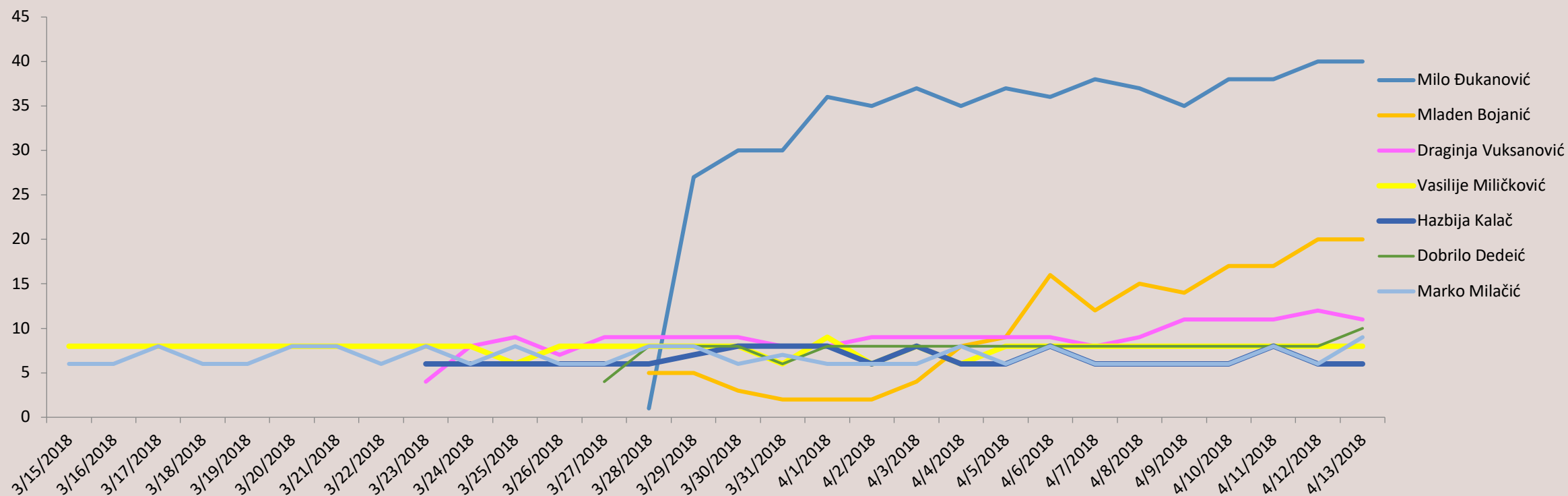
Dobrolo Dedeić





Predsjednički izbori 2018: Politički marketing

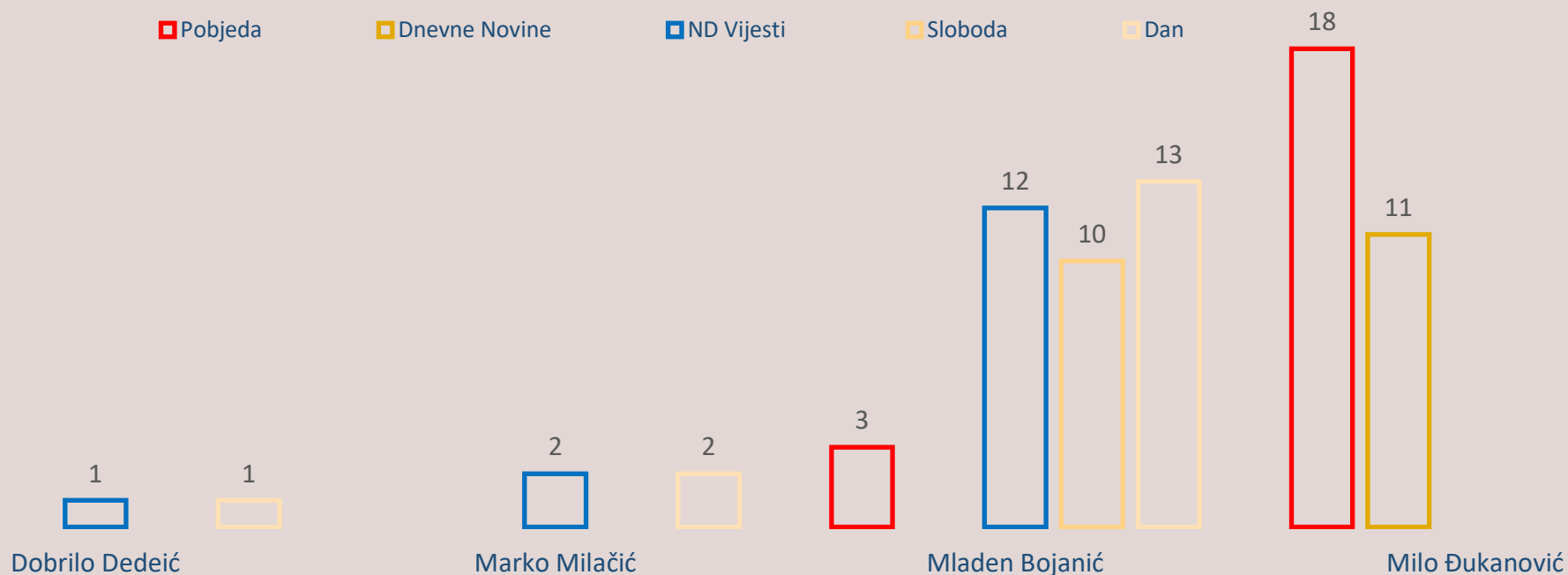
Prvi sa reklamiranjem počeli su Vasilije Miličković i Marko Milačić, i nisu imali značajnih oscilacija tokom posmatranog perioda. Predsjednički kandidat Milo Đukanović je sa reklamiranjem počeo tek 28. marta, ali se značajno izdvojio brojem reklamnih klipova/izvještaja do samog kraja kampanje





Predsjednički izbori 2018: Politički marketing u štampanim medijima

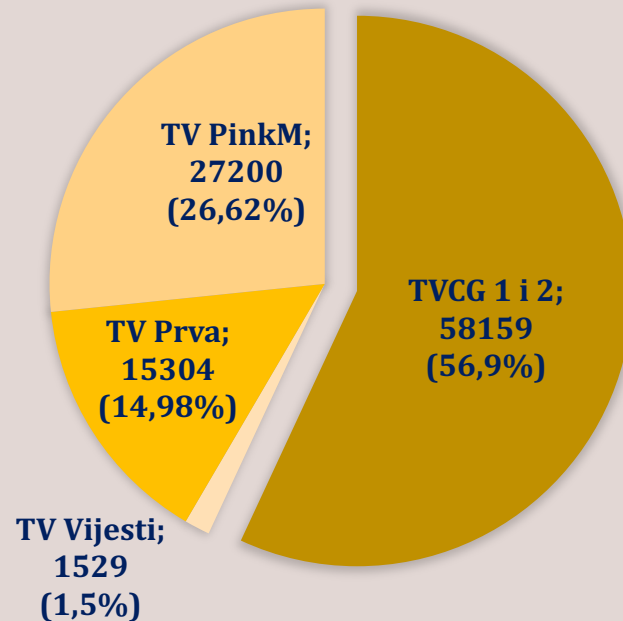
Predsjednički kandidat Mladen Bojanić je imao najviše reklama u dnevnim listovima Dan, Vijesti i Sloboda, dok se predsjednički kandidat Milo Đukanović predstavljao u Pobjedi i Dnevnim novinama. U štampanim medijima nisu se reklamirali Draganja Vuksanović, Hazbija Kalač, kao ni Vasilije Miličković.





Predsjednički izbori 2018: Politički marketing na TV

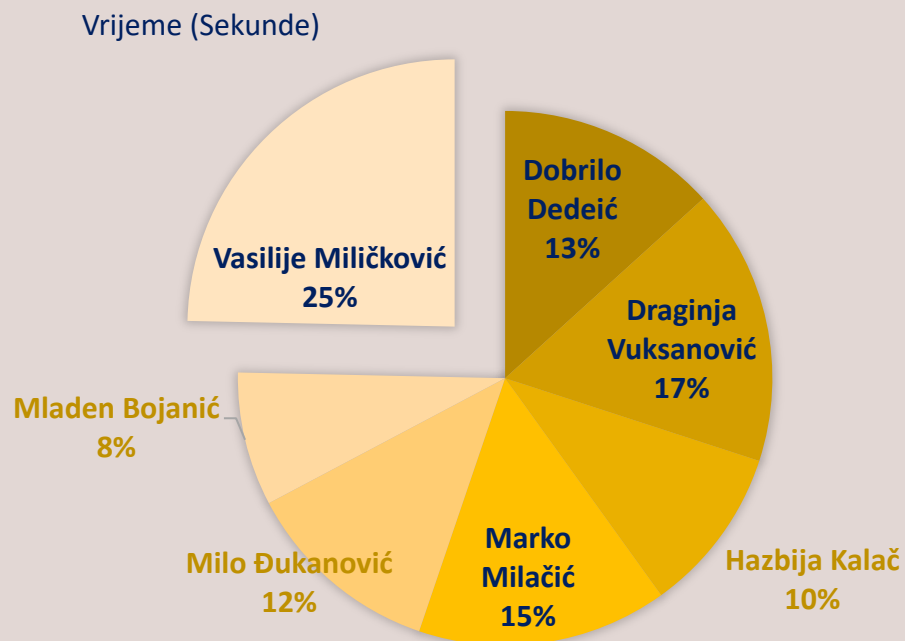
RADIO TELEVIZIJA CRNE GORE I TRI KOMERCIJALNE TELEVIZIJE: Građani su za 30 posmatranih predizbornih dana mogli vidjeti **28.38 h** predstavljanja predsjedničkih kandidata, i to kroz političko-propagandne TV-klipove, kao i izvještaje/prenose sa promotivnih skupova. Predsjednički kandidati su iskoristili svoje pravo na besplatno predstavljanje na TVCG, gdje se emitovalo čak blizu 57% klipova/izvještaja (odnosno 58 159 sekundi).





Predsjednički izbori 2018: Politički marketing

RADIO TELEVIZIJA CRNE GORE: Od ukupno 16,15 sati obezbijeđenih besplatno za politički marketing (TVCG1 i TVCG2) najviše je iskoristio Vasilije Miličković, čak četvrtinu od ukupnih sekundi, a najmanje Mladen Bojanić. U ovo vrijeme uključeni su i političko-propagandni TV-klipovi i izvještaji sa promotivnih skupova





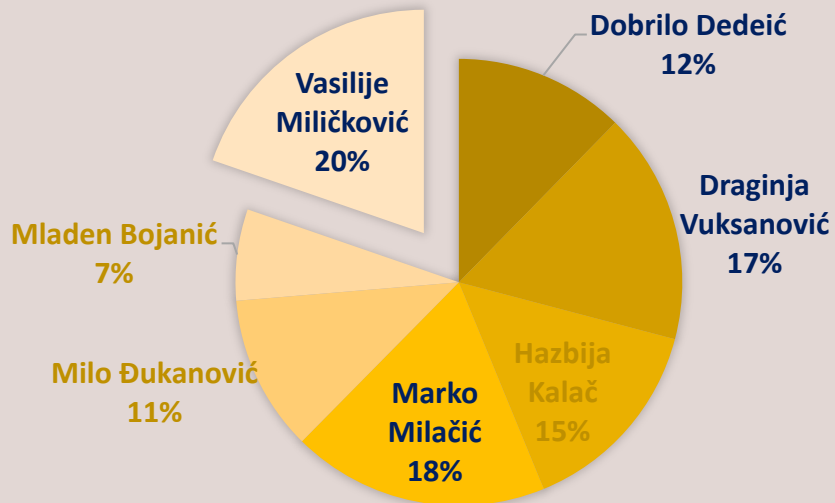
Predsjednički izbori 2018: Politički marketing

„Član 53a

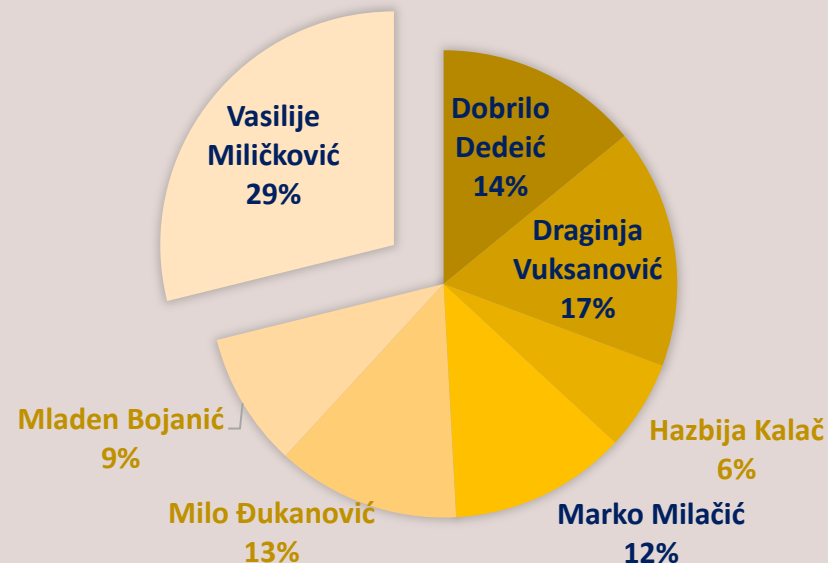
Televizija Crne Gore i Radio Crne Gore obavezni su da, u vrijeme izborne kampanje, u odgovarajućim blokovima komercijalnog marketinga, na kanalu TV, odnosno programu Radija, čija je vidljivost i čujnost obezbijedena na cijeloj teritoriji Crne Gore, podnosiocima potvrđenih izbornih lista obezbijede ravnopravno i svakodnevno besplatan prostor za emitovanje:

- političko-propagandnih TV-klipova, odnosno audio-klipova, u svim blokovima političkog marketinga, u obimu ne manjem od 200 sekundi dnevno, zavisno od planiranog broja reklamnih blokova političkog marketinga;
- 3-minutnih izvještaja sa promotivnog skupa, dva puta dnevno, u terminima odmah nakon centralnih večernjih informativnih emisija TV i Radija.
- **Proizvodnja sadržaja iz stava 1 alineja 1 ovog člana spada u obavezu podnosioca izborne liste koja se promoviše.**

Političko propagandni klipovi TVCG 1 i 2
Broj i trajanje (sec)



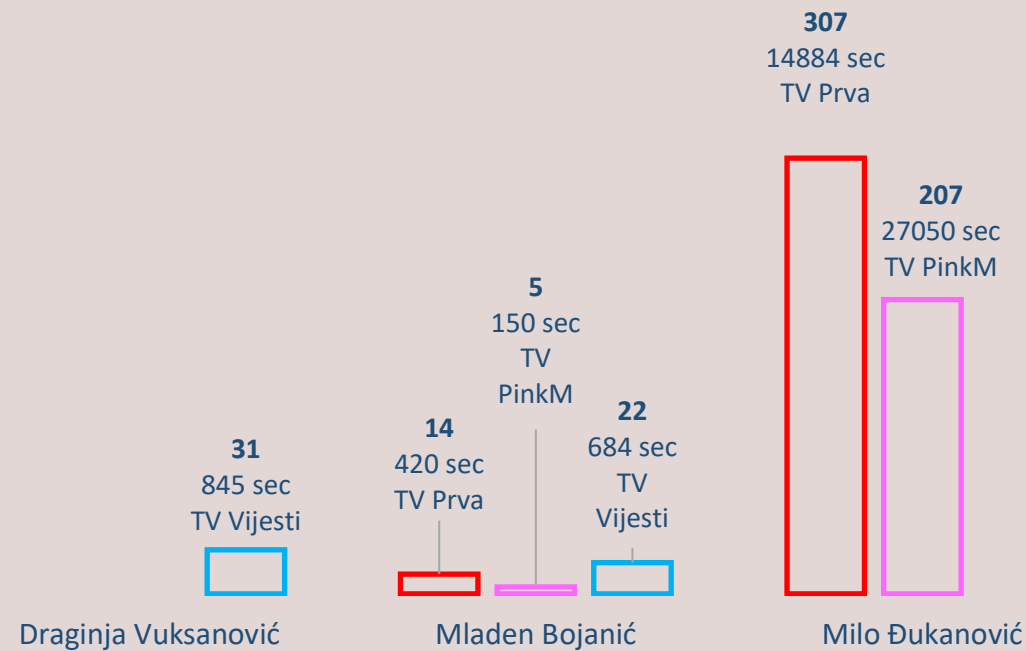
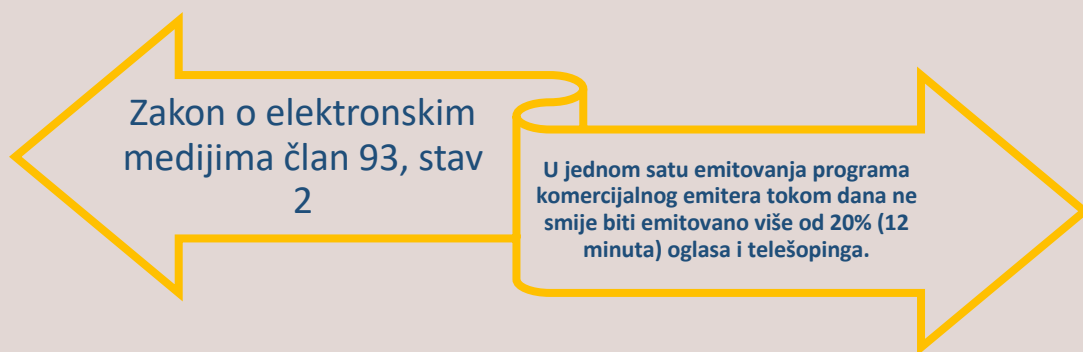
Izvještaji sa promotivnih skupova TVCG1
Broj i trajanje (sec)





Predsjednički izbori 2018: Politički marketing

Predsjednički kandidat Mladen Bojanić reklamirao se na TV Vijesti, TV Prvoj, TV PinkM u ukupnom trajanju od 1254 sekunde (20 minuta i 9 sekundi), dok je Milo Đukanović kupio **čak 33 puta više** sekundi na TV PinkM i TV Prvoj i to 41894 sekunde (698 minuta i 23 sekunde).



Predsjednički kandidati 2018: Izborna tišina



Prema članu 6 Zakona o izboru odbornika i poslanika propaganda preko medija i javnih skupova prestaje 24 časa prije dana održavanja izbora.

U periodu predizborne tišine nije dozvoljeno emitovanje:

- političko-propagandnih spotova/klipova
- oglasa podnosioca izbornih lista
- programskih sadržaja posvećenih predstavljanju ili sučeljavanju podnosioca izbornih lista
- objavljivanje rezultata ispitivanja javnog mnjenja, drugih istraživanja i analiza u vezi sa opredjeljenjem birača u pogledu procjene rezultata izbora

Štampani
mediji

- 14. april 2018, *ND Vijesti*, **Fašistički**
- 14. april 2018, *Sloboda*, **Dođu da glasaju da ne bi bilo bolje**
- 14. april 2018, *Sloboda*, **U sefu DPS-a milioni evra**
- 14/15. april 2018, vikend izdanje *Dnevni novina*, **Novi referendum**, naslov i grafičko opremanje naslovne strane
- 15. april 2018., *Sloboda*, **Već viđeno ili početak promjena**

Kršenje izborne tišine?

Internet

- 14. april 2018, *Portal Vijesti*, **Fašistički**
- 15. april 2018, *IN4S*, **Milačić: Ne dozvolite da drugi odlučuju u Vaše ime**
- *Portal IN4S* je takođe prenosio saopštenja koja su dolazila iz opozicionih štabova, a koja se tiču nepravilnosti na biračkim mjestima i navodnoj kupovini glasova

Tokom izborne tišine mediji su plasirali **165 objava** od čega **126 oko izbornih procedura**.

U televizijskom sadržaju našle su se **24 objave**, u štampanim medijima **40**, a na portalima **101 objava**.



Centar za građansko obrazovanje
Centre for Civic Education

SPINoFAKT2

političko oglašavanje

između spina i činjenica



Centar za građansko obrazovanje (CGO)
Centre for Civic Education (CCE)

Bulevar Svetog Petra Cetinjskog 96 III/6

81 000 Podgorica

Crna Gora / Montenegro

T: +382 20 228 479

F: + 382 20 228 499

info@cgo-cce.org

www.cgo-cce.org