

Упућено:

Политичким странкама и другим политичким субјектима који учествују у дијалогу о изборним условима без посредовања или уз посредовање ЕУ парламента

Предмет: предлози за решавање приоритетних проблема у области финансирања изборне кампање

Поштовани,

Транспарентност Србија прати област финансирања политичких странака и изборних кампања у Србији од доношења Закона о финансирању странака из 2003, као и поступање државних органа који су надлежни за контролу финансирања изборне кампање. Главни део мониторинга је независно прикупљање података о најбитнијим трошковима изборне кампање и поређење са подацима који су о томе пријављени у извештајима. На овај начин смо пратили и изборе одржане 2004, 2007, 2008, 2012, 2014, 2017, 2018 и 2020. Током прошле године смо са колегама из Transparency International Чешке, спровели први пут истраживање о транспарентности финансирања изборне кампање¹.

У вези са финансирањем политичких странака и изборних кампања су препознати значајни проблеми већ 2013, у Националној стратегији за борбу против корупције. Акциони план за поглавље 23 преговора Републике Србије и ЕУ из 2016, преузео је, уз модификације, део ових мера. Међутим, ови планови нису испуњени, ни у постављеним роковима, ни касније. Актуелни ревидирани Акциони план за поглавље 23² предвиђа да је Закон о финансирању политичких активности требало да буде измењен у последњем кварталу 2020. Поред тога што ови плански документи нису спроведени у року, проблем представља то што у њима нису идентификовани сви проблеми у овој области због којих би требало мењати закон или праксу већ само неки (недовољно прецизно постављене дужности државних органа и недовољна транспарентност података), као и то што плански документи немају довољно прецизне индикаторе за оцену успешности.

Дијалог о изборним условима 2019/2020 резултирао је изменама и допунама у четири закона, између осталог и Закона о финансирању политичких активности. Ове измене су биле веома ограниченог обима, тако да нису отклоњени кључни недостаци у Закону. Пропуштена је прилика да Влада Србије пре измена Закона затражи мишљење ОДИХР, као што је ТС предлагала. То је резултирало следећим закључком ове организације након избора: *Раније кључне препоруке КДИЉП-а и Групе држава Савета Европе за борбу против корупције (GRECO) о финансирању кампања и даље нису размотрене, укључујући препоруку о смањивању границе за донације³; увођењу горње границе за трошкове; финансијско извештавање и објављивање података пре изборног дана; као и санкционисање према принципу пропорционалности с ефектом одвраћања од понављања санкционисане радње. Уопштено посматрајући, тренутни регулаторни оквир, овако како се примењује, не обезбеђује транспарентност, интегритет и преузимање одговорности за финансирања кампање.*

¹ <https://www.transparentnost.org.rs/index.php/sr/projekti/189-transparentnost-finansiranja-izborne-kampanje>

² <https://www.mpravde.gov.rs/files/Revidirani%20AP23%202207.pdf>

³ У српској верзији извештаја је погрешно преведено као „увођење доње границе за донације“.

Транспарентност Србија је такође у својим извештајима о мониторингу⁴ дошла до закључка да промене у регулативи нису довеле до решавања проблема који су од раније познати. Једини помак је то што је Агенција за спречавање корупције током кампање разматрала у кратком року пријављене сумње у кршење правила.

Почетком јуна 2021. је објављено⁵ да је Радна група Владе доставила ОДИХР нацрт измена и допуна Закона. Иако постоји законска обавеза, нацрт није изнет на јавну расправу. Увидом у текст нацрта Закона до којег су дошли новинари, утврдили смо да би он донео неколико корисних измена које су мањег значаја, које су препознате 2016. када су измене закона припремали Министарство финансија и тадашња Агенција за борбу против корупције (тај нацрт никада није дошао до фазе предлога). С друге стране, у актуелном и необјављеном нацрту измена и допуна Закона, **нису решени** сви проблеми на које је указао ОДИХР (ограничење укупних трошкова кампање, ефикасно кажњавање), а нека од предложених решења која су заснована на препорукама ОДИХР не решавају постојеће проблеме на најбољи могући начин (смањење дозвољене висине прилога, обезбеђивање јавности података о финансирању кампање док она траје). Најзад, актуелни Нацрт уопште не дотиче низ веома битних питања која стварају проблеме у пракси, било са становишта примене Закона или са становишта равноправности услова за учешће на изборима⁶.

Због тога је наш први предлог свим учесницима Дијалога:

1. Да се од радне групе Владе за сарадњу са ОДИХР, односно, ресорно надлежног Министарства финансија, затражи **да постојећи нацрт измена и допуна Закона о финансирању политичких активности изнесе на јавну расправу**, и у тој јавној расправи поштује све обавезе које произилазе из Закона о државној управи и Пословника Владе. Ово треба учинити без обзира на ток Дијалога, јер је реч о испуњавању обавеза које потичу из домаћих прописа. Евентуални договори који су плод Дијалога, могу бити уграђени у текст Нацрта током јавне расправе (чије трајање може бити продужено до окончања Дијалога).

Остали предлози су следећи:

2. Да се обезбеди **јавност података о финансирању кампање док она траје на адекватан начин**. Јавност података о финансирању кампање док она траје би требало обезбедити објављивањем података о приходима и расходима (са посебног рачуна за финансирање кампање) као и евиденције о обавезама које су преузете током кампање, а које ће бити

4

<https://www.transparentnost.org.rs/images/publikacije/KONTROLA%20FINANSIRANJA%20IZBORNE%20KAMPANJE%202020.pdf>

<https://www.transparentnost.org.rs/images/publikacije/Transparentnost%20finansiranja%20kampanje.pdf>

https://www.transparentnost.org.rs/images/dokumenti_uz_vesti/Analiza_izvestaja_o_troskovima_izborne_kampanje_na_parlamentarnim_izborima_2020.pdf

https://www.transparentnost.org.rs/images/dokumenti_uz_vesti/Funkcionerska_kampanja_2020_jun_2020_-_konacni_izvestaj.pdf

⁵ <https://www.transparentnost.org.rs/index.php/sr/aktivnosti-2/pod-lupom/12006-izmena-pravila-o-finansiranju-kampanje-bez-javne-rasprave>

⁶ <https://www.transparentnost.org.rs/index.php/sr/aktivnosti-2/pod-lupom/12033-tajni-nacrt-sta-sve-donose-izmene-pravila-o-finansiranju-izborne-kampanje>

плаћене након избора. Увођење обавезе објављивања информација о приходима и расходима кампање са посебног рачуна за њено финансирање не би морало да створи никакав додатни терет за учеснике изборног процеса. Предуслов за то су техничка и законска решења каква постоје у Чешкој – на основу законске обавезе, односно пристанка корисника, банка код које се води рачун омогућава јавни увид у податке о трансакцијама. У Србији би овај подухват био још лакши услед тога што већина учесника за финансирање кампање користи и рачун који је отворен код Трезора. При том само треба водити рачуна да не постану јавни и неки заштићени приватни подаци (нпр. број текућег рачуна или ЈМБГ донатора). Суштински, учесници у кампањи не би на овај начин имали обавезу да обелодане никакве информације које већ сада нису (у принципу) јавно доступне. Разлика је једино у томе што би подаци о приходима и расходима постали јавни чим се те трансакције догоде, а не тек након подношења извештаја Агенцији за спречавање корупције. Увођење обавезе објављивања информација о неплаћеним трошковима (преузетим обавезама) би представљало битну новину и могући терет за политичке субјекте. Међутим, увођење таквог правила је веома битно у контексту примене важећих правила о финансирању кампање. Наиме, искуство са свих досадашњих избора показује да се велика већина трошкова кампање плаћа тек накнадно, по пријему буџетских дотација на основу успеха на изборима, а да значајан део трошкова остаје неизмирен и после подношења извештаја о трошковима кампање, иако се све активности кампање окончавају два дана пред изборе. Стога је неопходно обезбедити не само јавност информација о трошковима који су плаћени до избора, већ и о обавезама које су у том периоду преузете према добављачима (нпр. вредност емитованих ТВ реклама, закупљених билборда и слично). Објављивање ових информација, макар за најзначајније трошкове, не би требало да представља претерани терет за учеснике избора, јер они и иначе имају уговоре или наруџбенице које се односе на промотивне активности. Практичан значај објављивања ових података, како за грађане, тако и за контролу коју врши Агенција за спречавање корупције је велики. Наиме, објављивање тих података би битно сузило могућност да се подаци о приходима, а нарочито о трошковима кампање прилагођавају будућој неизвесној околности – успеху политичког субјекта на изборима, а у циљу избегавања законске обавезе да се неутрошени део буџетских дотација врати у буџет или зарад других видова кршења ЗФПА.

3. Обезбеђивање предуслова за потпунију и ефикаснију контролу поштовања правила. Законска решења из 2011. поверила су контролу финансирања изборне кампање независном државном органу – Агенцији за спречавање корупције. Агенција је у ту сврху добила широка овлашћења за прикупљање информација од свих других органа власти, банака, од политичких странака, њихових фондација, финансијера и пружалаца услуга. Такође, добила је могућност да за потребе контроле ангажује спољне стручњаке и институције, као и гарантована средства у буџету за ове потребе. За кршење Закона је прописано кривично дело, бројни прекршаји, као и додатне мере – ускраћивање права на буџетско финансирање политичким субјектима који су правноснажно осуђени. С друге стране, Закон није поставио пред Агенцију јасне обавезе – који обим контроле би требало да спроведе и у којем року, па чак ни дужност да о спроведеној контроли објави извештај. На изборима 2020. први пут је примењена нова обавеза – да Агенција у року од пет дана одлучи по поднетој пријави која се односи на кршење правила о финансирању кампање. ОДИХР у извештају посвећује значајну пажњу питању контроле и санкција (препоруке 5, 20 и 21). Да би се аргументовано расправљало о остваривању препоруке 21. било би неопходно да Агенција и други надлежни органи (јавна тужилаштва, прекршајни судови, судови опште надлежности) објаве све податке о

досадашњој примени Закона – у којим случајевима су покретани поступци због кршења правила о финансирању кампање, какве су казне изрицане, у којим случајевима је Агенција доносила мере о губитку права на финансирање из јавних извора и томе слично. Пошто се информације о овим питањима не објављују (појединачне одлуке), већ су подаци само делимично доступни само у виду збирних статистика, не може се закључити у којој мери и на који начин је потребно изменити постојећи правни оквир. Такође је, ради аргументоване расправе о овим питањима, неопходно да Управни суд одлучи у управним споровима који су покренути против Агенције за спречавање корупције у вези са тужбама које се односе на разматрање кршења ЗФПА на јунским изборима 2020.

4. Побољшање правила о ограничењу прихода кампање. Актуелни (необјављени) Нацрт измена и допуна ЗФПА предвиђа смањење висине дозвољених прилога за кампању на половину постојећег износа (10 уместо 20 просечних зарада за физичка лица, односно 100 уместо 200 за правна). Међутим, и даље се не предвиђају посебна правила када је реч о прилозима више повезаних лица (нпр. неколико предузећа у власништву исте особе, чланови истог домаћинства, сви запослени у једној фирми), тако да се законски лимити релативно лако могу заобићи. Транспарентност Србија указује да прилози учествују у пријављеним приходима учесника на изборима у релативно скромном уделу. Тако је на последњим парламентарним изборима, Агенција за спречавање корупције утврдила да су прилози физичких лица чинили 6%, а правних лица 2% укупних пријављених прихода кампање⁷. У неким од претходних изборних циклуса били су пријављивани знатно већи износи прилога физичких лица. Међутим, тада је било реч о хиљадама истоветних прилога физичких лица, чија је појединачна вредност била далеко испод лимита. Таква ситуација може створити сумњу у истинитост приказаних извора прихода (нпр. када су даваоци лица која иначе примају социјалну помоћ), али решење за тај проблем се не може пронаћи у смањењу висине дозвољених прилога, већ у темељенијој контроли. Ствар о којој би, међутим, требало размислити јесте увођење лимита за учешће прилога који долазе од једног или више повезаних лица у укупним приходима једне изборне кампање. Наиме, ако је сврха постављања законског ограничења спречавање ситуације да се политичке странке нађу у односу зависности према својим финансијерима, није свеједно да ли ће прилог од 100 хиљада евра примити изборна листа чија укупна кампања вреди 5 милиона евра или она чија цела кампање кошта тек нешто више од вредности примљеног прилога. Најзад, у вези са ограничавањем прилога треба размотрити могућност да такви лимити не важе за случај када лице које је кандидат на председничким изборима жели да уложи сопствени новац (под условом да за њега има доказано законито порекло), у сопствену кампању. Наиме, у том случају ограничење се не би могло правдати опасношћу од стварања зависности према финансијеру.
5. Увођење ограничења за висину расхода кампање. У свом последњем извештају, ОДИХР констатује следеће: *Раније кључне препоруке КДИЉП-а и Групе држава Савета Европе за борбу против корупције (ГРЕЦО) о финансирању кампања и даље нису размотрене, укључујући препоруку о смањивању границе за донације; увођењу горње границе за трошкове; Стога једна од препорука гласи: 18. ... треба обратити пажњу на претходне препоруке КДИЉП-а и ГРЕЦО-а, укључујући смањивање лимита за донације...* Непостојање таквог ограничења, у садејству са неколико других чинилаца, доводи до тога да промотивне активности током предизборне кампање буду обимније, па самим тим и скупље него што је то реално потребно за представљање изборних листа, програма и кандидата бирачима. Постављање евентуалних ограничења за финансирање

⁷ <https://www.acas.rs/wp-content/uploads/2021/04/Izvestaj-verzija-V-Kampanja-konacno.pdf>

кампање (нпр. у Чешкој је тај лимит око 4,5 милиона евра, при чему је реч о држави са већим бројем становника и развијенијом привредом од Србије), имало би за ефекат нешто већу равноправност учесника избора у њиховом представљању пред бирачима. Поред тога, таква ограничења би могла имати за последицу и уштеде у буџету Републике, будући да је он, било директно или посредно, главни извор финансирања изборних кампања у Србији. Међутим, постављање било каквих ограничења те врсте би морало бити праћено успостављањем стриктних правила и адекватног система контроле за непосредно финансирање кампање од стране трећих лица.

6. Увођење јасних ограничења и правила за непосредно финансирање изборне кампање од стране трећих лица. Према правилима која је донео актуелни Закон о финансирању политичких активности (2011), а слично је било и према решењима из претходног Закона о финансирању политичких странака (2003), сва средства намењена за финансирање изборне кампање уплаћују се на посебан рачун за финансирање кампање и сва плаћања трошкова изборне кампање врше се са тог рачуна (члан 24, ст. 3). Стога се чини да у Србији уопште не постоји могућност да неко други директно плати трошак који се односи на изборну кампању политичког субјекта, а да то буде у складу са Законом. Ипак, Закон препознаје могућност да физичко или правно лице учини бесплатну услугу или да политичком субјекту нешто да као поклон. Такви поклони и услуге фактички представљају ситуацију где средства за финансирање кампање нису прикупљена на посебан рачун, нити су плаћена са њега. Тако би се, на пример, могло догодити, мада примери те врсте нису запажени у пракси, да нека фирма закупи 100 билборд места за период кампање без спецификовања намене, а да потом уступи тај огласни простор учеснику на изборима. Да би овај вид прилога био дозвољен, морали би бити испуњени сви законски услови, како код донатора (нпр. да није реч о страном лицу, удружењу, предузећу које обавља поједине делатности или дугује за порез, достављање изјава политичком субјекту итд.), тако и на страни политичког субјекта (обавеза вођења евиденције о неновчаном прилогу, објављивање прилога веће вредности). То што је директно плаћање трошкова кампање забрањено, а у неким ситуацијама може представљати и кривично дело, не значи да се у пракси не дешава. Такве ситуације су нарочито могуће када се у кампањи спроводи нека активност која није потпуно очигледна⁸. До спорних ситуација долази чак и када су активности приметне у јавности. Транспарентност Србија је кроз мониторинг финансирања кампање 2020. уочила да је неколико политичких субјеката вршило оглашавање на друштвеним мрежама, као и телефонско позивање грађана, а да се у поднетим финансијским извештајима уопште не наводе ове врсте трошкова. То представља индицију да је део трошка кампање плаћен директно од стране трећих лица, односно скривених донатора. Чувен је и случај са парламентарних избора 2016. када је једна телевизија емитовала огласе политичког субјекта вредне око пола милиона евра, али странка није тај трошак приказала у финансијском извештају, тврдећи да те рекламе није ни наручила.⁹ Финансирање кампање од стране трећих лица се може посматрати из још једног угла. То су ситуације када се неко физичко или правно лице оглашава у вези са изборном кампањом, на тај

⁸ На пример, ако странка спроводи интерну обуку својих активиста, а трошкове смештаја и превоза плати спонзор који не жели да буде забележен у извештају о трошковима кампање или уопште не би смео да буде донатор кампање, то ће бити кршење Закона. Међутим, пошто не постоји обавеза да води евиденција о *активностима*, већ само о приходима и трошковима кампање, ни Агенција за спречавање корупције, ни јавност, вероватно неће имати сазнања да је дошло до директног финансирања кампање од стране трећег лица.

⁹ <https://pescanik.net/sns-duguje-pola-miliona-evra-za-reklame/>

начин помаже или одмаже некој изборној листи или кандидату, али то чини у своје име, а не у име и за рачун политичког субјекта. Вођење кампање ове врсте у Србији није регулисано. Нека правила постоје једино када је реч о оглашавању на електронским медијима, али су недоречена. На пример, према Правилнику РЕМ за изборе 2020. (који се односио једино на РТС и РТВ, док су за друге медије постојале само препоруке), „Политичко оглашавање јесте јавно саопштење емитовано у виду огласне поруке, у замену за новчану или другу накнаду, којим се препоручују подносилац изборне листе или кандидат или њихове активности, њихове идеје или ставови у циљу њиховог успеха на изборима.“ Као што се може видети, у норми се не прецизира ко може да наручи и плаћа поруке којима се „препоручују изборне листе“. Ипак, и поред непостојања правног основа за такву тврдњу, током кампање 2020. РЕМ је заузео становиште да право на политичко оглашавање имају само „проглашене изборне листе“¹⁰. У вези са овим питањем је и једна од препорука ОДИХР: 19. *Могло би се размотрити увођење законске обавезе везано за идентификацију добављача на свим штампаним и дигиталним материјалима за изборне кампање, као и санкције због непоштовања закона и његовог ефикасног спровођења, укључујући конфисковање материјала за изборну кампању на којем није јасно видљива ознака добављача.* На глобалном нивоу, питање вођења и финансирања кампање од стране трећих лица је постало нарочито значајно у вези са оглашавањем на интернету и путем друштвених мрежа. Стога је потребно да се јасно уреди право на оглашавање у вези са кампањом од стране трећих лица (да ли могу да га врше и под којим условима), као и да се утврде правила о вођењу евиденција за кампање које у вези са изборима воде трећа лица, средствима која се у ту сврху могу користити и извештавању о приходима и расходима таквих кампања. У вези са тим, Србија треба да размотри моделе који већ постоје у другим земљама, између осталог и у Чешкој. Ово питање је такође веома значајно у контексту потребе да се уреди финансирање кампање за референдум. Наиме, код тог вида изјашњавања не постоје званични учесници кампање. Предлог референдумског питања долази од државних органа, али они не би смели да на одлуку грађана утичу тиме што би буџетским новцем промовисали један од могућих одговора. Сви други заговорници једног од понуђених одговора (нпр. политичке странке, удружења, предузећа), су у референдумској кампањи „трећа лица“ и финансирање њихових кампања треба да буде подвргнуто правилима. С обзиром на могућност да се национални референдум распише можда већ ове године, то је још један од разлога да се питање финансирања кампање од стране трећих лица уреди, не само у Закону о финансирању политичких активности, већ и у Закону о референдуму и народној иницијативи (у току је тренутно јавна расправа о нацрту овог закона¹¹), али предложена решења се морају кориговати јер нису у потпуности развијена и примерена (ТС ће објавити своје предлоге за побољшање 30.7.2021).

Поред наведеног понављамо предлоге које смо дали приликом Дијалога о изборним условима из 2019¹², који нису решени до сада, а који се односе или на ЗФПА или на друге прописе

¹⁰ <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/zabrana-emitovanja-bojkot-spotova-zakonski-neutemeljena-rem-posvecen-stvaranju-iluzije-o-ravnopravnosti/>

¹¹ <http://mduls.gov.rs/javne-rasprave-i-konsultacije/javna-rasprava-o-nacrtu-zakona-o-referendumu-i-narodnoj-inicijativi-2/>

¹²

https://www.transparentnost.org.rs/images/dokumenti_uz_vesti/TS_glavni_problemi_u_vezi_sa_finansiranje_m_izborne_kampanje.pdf

(напомињемо да у ЗФПА и у подзаконском акту донетом ради његове примене постоје и бројна друга питања која би требало решити, а која су мањег значаја):

7. Законом није уређено финансирање појединих видова кампање које се у стварности воде или које се могу очекивати (нпр. у вези са изборима у месним заједницама, за савете националних мањина, за референдум);
8. Статус „група грађана“, као носиоца права и обавеза није доследно уређен;
9. Правила о кредитима и зајмовима нису довољно прецизна, услед чега крајњи извори финансирања кампање остају непознати и после објављивања извештаја;
10. Правила нису довољно прецизна у погледу обавезе измиривања трошкова кампање до њеног окончања, услед чега крајњи извори финансирања кампање остају непознати и после објављивања извештаја;
11. Сврха буџетских издвајања за покриће трошкова изборне кампање није довољно јасно одређена, услед чега износ који се додељује из буџета не подмирује ни минималне трошкове представљања (нарочито на локалним изборима), док у другим случајевима право на накнаду далеко премашује реалне трошкове што подстиче лажно приказивање трошкова;
12. Расподела буџетских средстава која се врши у једнаком делу свим учесницима избора догађа се прекасно, када су трошкови већ настали;
13. Не постоје правила која би уредила на примерен начин доделу буџетских средстава и извештавање о трошковима кампање за више избора који се одржавају истовремено, услед чега се трошкови изборне кампање произвољно приказују у једном или другом извештају, у циљу да се избегне повраћај средстава у буџет;
14. Закон прави разлику између средстава која се из буџета додељују за финансирање редовног рада и изборне кампање. Међутим, изменама Закона из 2014, омогућено је да се средства добијена за спровођење активности ван кампање употребе за кампању, што не само да је апсурдно, већ и ставља у неравноправан положај друге учеснике избора, а нарочито ванпарламентарну опозицију, новонастале странке и групе грађана, регионалне и локалне странке и покрете, у односу на највеће парламентарне странке и парламентарне странке националних мањина;
15. У погледу прилога закон би требало преиспитати и/или прецизирати по бројним питањима, међу којима су: утврђивање вредности прилога у виду бесплатних услуга, третман волонтерског рада, параметри за утврђивање „нетржишних повољности“, немогућност кандидата да сопствену кампању финансира у већем обиму него било који грађанин, третман јемства као прилога итд.
16. Кривично дело из члана 38. ст . 1. је лоше формулисано – тражи се намера, која је погрешно постављена и на страни даваоца и на страни примаоца недозвољених средстава; Прекршајним нормама нису покривени сви случајеви кршења Закона; Мера „губитка права на добијање средстава из јавних извора“ није постављена довољно прецизно и логично.
17. И поред бројних лоших искустава и емпиријски доказаног коришћења јавних функција ради додатне промоције политичког субјекта, кроз наводне редовне активности јавних функционера, ова област није прецизирана законом, постављањем додатних правила у Закону о спречавању корупције. Уређивање ове области је од изузетног значаја и са становишта финансирања изборне кампање, зато што се кроз промотивне активности јавних функционера у пракси обезбеђује додатно представљање њихових политичких субјеката у информативном програму медија, чиме се смањује потреба тих политичких субјеката за плаћањем промотивних огласа, а политички субјекти којима не стоји на располагању ова могућност се стављају у неравноправан положај.

18. Потребне су допуне у законима који уређују рад медија и оглашавање, како би се смањиле могућности да се кроз финансирање медијских програма заобилазно плаћа похвално извештавање о раду носилаца јавних функција и како би се смањиле могућности да се кроз непотребно оглашавање и спонзорства од органа власти купује подршка медија;
19. Потребно је увести посебна правила у вези са политичким оглашавањем, јер се у пракси показало да општа правила о оглашавању нису у потпуности примерена за ову врсту огласа;
20. Закон о организацији и надлежности државних органа у сузбијању организованог криминала, тероризма и корупције и Законик о кривичном поступку, предвиђају могућност ангажовања Тужилаштва за организовани криминал и примену посебних доказних радњи код неких кривичних дела која могу бити у вези са незаконитим финансирањем кампање (нпр. злоупотребе службеног положаја, давање и примање мита у вези са гласањем), али не и за кривично дело из члана 38. Закона о финансирању политичких активности;
21. Потребно је прецизирати дужности других државних органа који имају одређену улогу у вези са питањима од значаја за изборну кампању, њено финансирање и контролу. То се пре свега односи на:
 - Регулаторно тело за електронске медије, у вези са мониторингом поступања пружалаца медијских услуга према учесницима у изборној кампањи;
 - Јавно тужилаштво, у вези са правовременим испитивањем могућих злоупотреба;
 - Државну ревизорску институцију, у вези са годишњим програмом ревизије и предметом ревизије финансијских извештаја политичких субјеката, као и евентуалних злоупотреба јавних ресурса;
 - Пореску управу и Агенцију за спречавање прања новца, у вези са контролом токова новца за кампању;
 - Надзорни одбор, који по Закону о избору народних посланика формира Народна скупштина, уколико овај концепт буде задржан;
 - Републичку изборну комисију, у вези са правом на одређивање представника појединих политичких субјеката да одреде чланове бирачких одбора, како би се предупредило финансирање које премашује потребе контроле изборног процеса;

У Београду 29.7.2021.

За Транспарентност Србија

Програмски директор

Немања Ненадић

