

Izbori april 2022: Transparentnost finansiranja izborne kampanje - TRAFIKA

Transparentnost Srbija

Beograd, april 2022



TRANSITION
Transition Promotion Program

Ovo istraživanje, kao deo monitoringa izbora 2022, sprovedeno je uz podršku programa "Tranzicija" Ministarstva spoljnih poslova Češke Republike. Svi izneti stavovi pripadaju organizaciji Transparentnost Srbija i ne moraju odražavati stavove donatora.

Razlozi i metodologija

Transparentnost Srbija je pred aprilske parlamentarne i predsedničke izbore 2022. godine sprovela istraživanje o transparentnosti finansiranja izborne kampanje. Istraživanje je sprovedeno u saradnji sa [Transparency International Češke Republike](#), po metodologiji koju ova organizacija već devet godina redovno primenjuje na izborima u toj zemlji, a primenjivana je i na izborima u Slovačkoj. Ovu metodologiju TS je primenila prvi put u Srbiji na parlamentarnim izborima 2020. godine, takođe u saradnji sa TI ČR.

Metodologija korišćena na izborima 2022. nepromenjena je u odnosu na metodologiju korišćenu 2020. godine, uz male varijacije u formulisanju pitanja (posebno zbog toga što je ovog puta posmatrana i kampanja za predsedničke izbore) i kriterijuma za ocenjivanje.

Konačna ocena predstavlja aritmetičku sredinu ocena u 6 oblasti, na osnovu jasno definisanih kriterijuma. Obuhvaćene su sledeće oblasti:

1. Planirani rashodi kampanje.
2. Prisustvo na internetu i planirani troškovi prisustva na internetu.
3. Uplate/isplate na posebnom računu za finansiranje izborne kampanje
4. Struktura planiranih prihoda.
5. Spisak predizbornih događaja.
6. Izborni timovi, volonteri i angažovane PR i marketinške agencije.

Podatke o ispunjavanju kriterijuma TS je tražila na sajtovima političkih subjekata, njihovim profilima na društvenim mrežama, u medijima, ali i preko upitnika koji su poslali svim strankama, koalicijama i grupama građana, odnosno predlagračima kandidata za predsednika.

Specifičnost ovog monitoringa jeste da je fokus na podacima koji se objavljuju pre izbora, kako bi građani i pre nego što se odluče kome će pokloniti poverenje, imali uvid u ove podatke. Ocene se, stoga, predstavljaju pre izbora. S obzirom na to da se objavljivanje podataka pre glasanja, prema važećim propisima u Srbiji, odnosi na vrlo mali broj podataka, ovaj monitoring predstavlja i promociju dobre prakse i pokušaj da se politički subjekti podstaknu na više standarde.

Transparentnost Srbija sprovodi ovo istraživanje kako bi pomogla javnosti da bolje razume razmere problema nedovoljne transparentnosti finansiranja izborne kampanje dok ona traje, ali i to da je moguće da se ona uveća, bilo kroz zakonske zahteve ili unapređenje prakse. U tom smislu, TS je već davala konkretne predloge ali propisi u ovom segmentu nisu značajnije poboljšani. Uvođenje obaveze objavljivanja preliminarnih izveštaja nije donelo bilo kakav napredak, čemu je posvećen poseban izveštaj u okviru monitoringa.

TS planira da ovaj monitoring postane stalna praksa u okviru šireg monitoringa izbornih procesa, koji naša organizacija sprovodi već duže od 15 godina.

Glavni nalazi istraživanja

Opšti nalazi

Odziv na upitnik koji smo poslali bio je loš – niti jedan politički subjekt nije odgovorio na upitnik, jedan je samo telefonom kontaktirao istraživače TS, ali nije dostavio podatke. Transparentnost Srbija će, bez obzira na slab odziv nastaviti sa ovom praksom i u narednim izbornim ciklusima i boriti se da ona postane sastavni deo izbora. Ocene se stoga baziraju na podacima koji su bili dostupni iz drugih izvora (nabrojanih u metodologiji)

U okviru monitoringa parlamentarnih izbora, sve ocene su u rasponu od 1 do 2,3. Tri liste imaju ocenu 2,3, ocenu 2 imaju dve liste, a četiri liste imaju ocenu 1. Ostale imaju ocene između 1,3 i 1,8. Što se predsedničkih kandidata tiče, stanje je slično – dva imaju ocenu 2,3, ocenu 2 imaju tri kandidata, a tri kandidata imaju ocenu 1,8.

Kao i na prethodnom istraživanju nešto viši prosek je za oblasti u vezi sa prisustvom na internetu i objavljivanjem informacija o predizbornim događajima, dok su ocene u oblasti transparentnosti računa zabrinjavajuće niske (prosek je 1, odnosno 1,1).

Oblast/Izbori	Planiranje rashoda	Prisustvo na internetu	Transparentni računi	Planiranje prihoda	Predizborni događaji	Ovlašćena lica
Parlamentarni	1	2,5	1	1,6	2,4	1,4
Predsednički	1	3	1,1	1,7	3,6	1,6

Pojedinačni nalazi i ocene:

Parlamentarni izbori:

Ujedinjeni za pobedu Srbije 2,3

Nije nađen zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis, koji je upućen na adrese više stranaka sa liste. Podaci traženi na sajtovima stranaka, profilima na društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu SSP nađeni linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Na sajtu SSP postoje podaci o priložima: <https://ssp.rs/finansijski-izvestaj/> Postoje najave događaja i izveštaji na sajtovima stranaka članica koalicije - SSP i DS. Nađena izjava funkcionerke DS Dragane Rakić da je za kampanju zadužen Centralni izborni štab, u kojem se nalaze predstavnici svih stranaka koalicije.

SPS-Jedinstvena Srbija – Zeleni Srbije 2,3

Ne postoji koalicioni sajt. Informacije tražene na sajtovima i profilima na društvenim mrežama članica koalicije i u medijima. Nije stigao odgovor na dopis. Na sajtovima članica koalicije postoje linkovi ka stranačkim profilima na društvenim mrežama. Na sajtu SPS nalaze se podaci o

prilozima. <https://www.sps.org.rs/prilozi/> Direktor SPS-a Đorđe Čabarkapa izjavio je da će koalicija kampanju finansirati iz sopstvenih sredstava i iz budžeta. Najave predizbornih događaja na sajtu SPS.

Ajmo ljudi 2,3

Nije nađena stranica koalicije. Pojedine informacije nađene na stranicama stranaka članica koalicije (SDS, NS). Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtovima stranaka, FB stranicama i u medijima. Na sajtovima SDS i NS nađeni linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Podaci o donacijama objavljeni na sajtu SDS. https://www.sds.org.rs/fileadmin/user_upload/prilozi - 2022.pdf Na sajtovima članica koalicije i na profilima na društvenim mrežama nađene najave pojedinih događaja i informacije o aktivnostima. U medijima nađena izjava funkcionera SDS Kontantina Samofalova da sami rade kampanju.

Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve 2

Postoji sajt "Dela govore" na kome su brošure i izborni materijal, ali su svi relevantni podaci na sajtu SNS. Nije stigao odgovor na dopise koji su poslani na adrese više stranaka koje su na zajedničkoj listi. Podaci traženi na sajtu stranke, FB stranici i u medijima. Na sajtovima članica koalicije postoje linkovi ka stranačkim profilima na društvenim mrežama. Na sajtu i na profilima na društvenim mrežama mogu se naći najave događaja i izveštaji. U medijima nađeni podaci da je Aleksandar Vučić šef, a Goran Vesić zamenik šefa izbornog štaba.

Moramo 2

Koalicija ima zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis. Podaci traženi na sajtu koalicije, na sajtovima stranaka članicama koalicije, na društvenim mrežama i u medijima. Na stranicama moramo.rs i nedavimobeograd.rs linkovi ka društvenim mrežama. Postoji objašnjenje na sajtu Ne davimo Beograd kako dati donaciju, nema izveštaja o donacijama. Najave događaja i izveštaji na sajtu i društvenim mrežama. Mediji su objavili da je vanredno angažovan samo stručnjak iz Hrvatske koji je zaslužan za nastanak slogana "Moramo", dok sve ostalo u vezi sa kampanjom rade ljudi iz koalicije.

Patriotski blok 1,8

Koalicija nema zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis. Podaci traženi na sajtovima stranaka članicama koalicije, na društvenim mrežama i u medijima. Spisak profila na društvenim mrežama na sajtu Dveri.rs. Na sajtu su podaci o donacijama. Lider Dveri Boško Obradović izjavio da pokret kampanju osmišljava i sprovodi samostalno.

Muftijin amanet 1,8

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu stranke, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu SPP.rs link ka društvenim mrežama. Najave događaja se objavljuju na pojedinim društvenim mrežama.

Nada za Srbiju 1,8

Koalicija ima zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis. Podaci traženi na sajtu koalicije, na sajtovima stranaka članicama koalicije, na društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu koalicije nadazsrbiju.rs je spisak profila na društvenim mrežama. Na sajtu DSS postoje podaci o

prilozima (ali nije jasno odvojeno da li su prilozi za parlamentarne ili predsedničke). Direktor kampanje Srpske koalicije NADA je Uroš Janković. U tom svojstvu je dao izjavu <https://www.telegraf.rs/vesti/politika/3468601-koliko-ce-novca-dobiti-politicke-stranke-iz-budzeta-za-predizbornu-kampanju> Lider Demokratske stranke Srbije i kandidat za predsednika koalicije NADA Miloš Jovanović izjavio da sve rade sami.

SDA Sandžaka 1,8

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu stranke, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu sda.rs linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Na Tviteru se najavljuju pojedina gostovanja. Drugi podaci nisu nađeni.

Zavetnici 1,8

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu stranke, FB stranici i u medijima. Na sajtu zavetnici.rs su linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Najave događaja se objavljuju i na sajtu i na društvenim mrežama.

Srpska radikalna stranka 1,6

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu stranke, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu SRS linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Na sajtu SRS podaci o donacijama fizičkih lica, ali se ne precizira da je za kampanju.

Suverenisti 1,5

Koalicija ima zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis. Podaci traženi na sajtu koalicije, na sajtovima stranaka članicama koalicije, na društvenim mrežama i u medijima. Najave događaja se mogu naći na profilima lidera koalicije na društvenim mrežama i na sajtovima i profilima članica koalicije.

Savez vojvođanskih Mađara 1,3

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci su traženi na sajtu i FB nalogu stranke i u medijima. TS se ograđuje zbog eventualnih propusta prouzrokovanih prevodima sa mađarskog, koji bi bili izbegnuti u slučaju da je stranka odgovorila na upitnik. Na sajtu SVM je poseban baner ""Izbori"" i linkovi ka profilima na društvenim mrežama.

Zajedno za Vojvodinu 1,3

Koalicija nema zajednički sajt. Nije stigao odgovor na dopis. Podaci traženi na sajtovima stranaka članicama koalicije, na društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu dshv.rs linkovi ka profilima na društvenim mrežama.

Alternativa za promene - Albanska demokratska alternativa 1,3

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci su traženi na sajtovima i FB nalozima članica koalicije i u medijima. TS se ograđuje zbog eventualnih propusta prouzrokovanih prevodima sa albanskog, koji bi bili izbegnuti u slučaju da je koalicija odgovorila na upitnik. Na sajtu <http://www.ndryshimi.com/> nađen link ka Fejsbuk stranici na kojoj su pojedine najave i informacije o aktivnostima.

Romska partija 1

Nije nađen sajt partije. Nije stigao odgovor na upitnik. Nađeni neaktivni profili na Fejsbuku i Tviteru.

Koalicija Albanaca Preševske doline 1

Nije nađen sajt niti profili na društvenim mrežama. Nije stigao odgovor na upitnik. TS je preko internet algoritama prevodila medijske sadržaje iz pretraga, ali ostavlja mogućnost da u obzir nisu uzeti neki podaci ili informacije koje su objavljene samo na albanskom.

Nestale bebe 1

Nije nađen sajt grupe građana. Nije stigao odgovor na upitnik, ali je Ana Pejić telefonom odgovorila da nemaju račun, ne vode plaćenu kampanju i ne uzimaju novac iz budžeta. Nađen profil na Fejsbuku.

Ruska stranka 1

Nije nađen sajt koalicije. Nije stigao odgovor na upitnik. Na sajtu članice koalicije niti u medijima nisu nađeni traženi podaci.

Predsednički izbori:

Zdravko Ponoš 2,3

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Kandidat ima sajt sa linkovima ka profilima na društvenim mrežama. Na sajtu postoje podaci o donacijama <https://zdravkoponos.rs/donacije/> Na sajtu i na društvenim mrežama postoje najave aktivnosti i vesti o aktivnostima. Nađena izjava funkcionerke DS Dragane Rakić da je za kampanju zadužen Centralni izborni štab, u kojem se nalaze predstavnici svih stranaka koalicije.

Boško Obradović 2,3

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtovima koalicije i članica koalicije koja je predložila kandidata postoje linkovi ka stranačkim profilima na kojima se promoviše i kandidat. Na sajtu su podaci o donacijama. Na profilima kandidata su najave i vesti o događajima. Boško Obradović izjavio da pokret Dveri kampanju osmišljava i sprovodi samostalno.

Biljana Stojković 2

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu koalicije Moramo postoje linkovi ka stranačkim profilima na kojima se promoviše i kandidatkinja. Na sajtu i na društvenim mrežama postoje najave aktivnosti i vesti o aktivnostima. Mediji su objavili da je vanredno angažovan samo stručnjak iz Hrvatske koji je zaslužan za nastanak slogana "Moramo", dok sve ostalo u vezi sa kampanjom rade ljudi iz koalicije.

Aleksandar Vučić 2

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu kandidata vucic.rs su linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Najave događaja se objavljuju i na sajtu i na društvenim mrežama. U medijima nađeni podaci da je Aleksandar Vučić šef, a Goran Vesić zamenik šefa izbornog štaba. <https://www.danas.rs/vesti/politika/mediji-vesic-zamenik-vucica-kao-sefa-izbornog-staba-naprednjaka/> Mediji objavili da za SNS radi izraelska marketinška agencija koja im radi godinama sve kampanje. <https://nova.rs/vesti/politika/izbornu-kampanju-sns-ponovo-rade-izraelci-u-srbiju-stiglo-njih-50>

Miloš Jovanović 2

Nije stigao odgovor na upitnik. Na sajtu Agencije za sprečavanje korupcije objavljen preliminarni izveštaj. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtovima koalicije i članica koalicije koja je predložila kandidata postoje linkovi ka stranačkim profilima na kojima se promovise i kandidat. Dostupan je preliminarni izveštaj na sajtu Agencije iz koga se vide pojedini troškovi. Izveštaj nije objavljen na sajtu stranke ili koalicije. Direktor kampanje Srpske koalicije NADA je Uroš Janković. U tom svojstvu je dao izjavu <https://www.telegraf.rs/vesti/politika/3468601-koliko-ce-novca-dobiti-politicke-stranke-iz-budzeta-za-predizbornu-kampanju> Lider Demokratske stranke Srbije i kandidat za predsednika koalicije NADA Miloš Jovanović izjavio da sve rade sami.

Branka Stamenković 1,8

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu stranke postoje linkovi ka profilima na kojima se promovise i kandidatkinja. Na sajtu i na društvenim mrežama postoje najave aktivnosti i vesti o aktivnostima.

Milica Đurđević Stamenkovski 1,8

Nije stigao odgovor na upitnik. Podaci traženi na sajtu stranke, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu zavetnici.rs su linkovi ka profilima na društvenim mrežama. Najave se objavljuju i na sajtu i na društvenim mrežama.

Miša Vacić 1,8

Mejl sa dopisom se vratio bez odgovora sa svih dostupnih adresa elektronske pošte. Podaci traženi na sajtu, društvenim mrežama i u medijima. Na sajtu stranke postoje linkovi ka profilima na kojima se promovise i kandidat. Na sajtu i na društvenim mrežama postoje najave aktivnosti i vesti o aktivnostima.

Grafički predstavljene ocene svih učesnika parlamentarnih izbora:

[TraFiKa - Transparentnost finansiranja izborne kampanje za parlamentarne izbore 2022](#)

Ocene svih učesnika predsedničkih izbora:

[TraFiKa - Transparentnost finansiranja izbornih kampanje za predsedničke izbore 2022](#)

- [Upitnik za učesnike na parlamentarnim izborima](#)
- [Upitnik za učesnike na predsedničkim izborima](#)
- [Kriterijumi za ocenjivanje transparentnosti izborne kampanje](#)

Izveštaj sa predstavljanja istraživanja:

Nedovoljna transparentnost finansiranja izborne kampanje

Građanima je i na ovim izborima dostupno veoma malo podataka o finansiranju izborne kampanje, a zakonske promene nisu donele gotovo nikakav napredak u tom smislu.

Zaključak je to istraživanja koje su Medija centru predstavili Nemanja Nenadić i Zlatko Minić. Istraživanje je Transparentnost Srbija sprovela po metodologiji TraFiKa, i sve izborne liste i kandidati imaju ocene između 1 i 2,3 na skali od 1 do 5. Predmet ovog istraživanja je dobrovoljna transparentnost, to jest, ono što su sami politički subjekti objavili na svojim sajtovima, a ne samo ispunjavanje zakonskih obaveza, koje su u ovom pogledu nedovoljne.



Pri tome su pozitivne ocene, koje su pojedinim listama i kandidatima podigle prosek iznad jedinice, uglavnom dobijene za podatke koji nisu ključni za praćenje tokova novca, kao što su postojanje podataka o profilima na društvenim mrežama koji se koriste u kampanji ili dostupnost informacija i najava o aktivnostima partija i kandidata.

S druge strane, podaci o tokovima novca, počev od planiranih troškova, realizovanih izdataka, planiranih i ostvarenih prihoda, zbirno ili njihova struktura, u ogromnoj većini nisu bili dostupni – kako na sajtovima učesnika na izborima, tako i u medijima.

Kada je reč o novcu u kampanji, za sada je na sajtu Agencije za sprečavanje korupcije dostupan samo jedan preliminarni izveštaj (za predsedničkog kandidata Miloš Jovanović) kao i podaci o primljenim priložima za nekoliko političkih subjekata (SPS, SSP, SRS, DSS, Dveri, SDS).

Činjenica da su na samo šest sajtova (manje od trećine učesnika izbora) nađeni podaci o donacijama za kampanju je razlog za brigu. To može značiti da druge stranke nisu ispunjavale svoju obavezu da objave priloge koji prelaze iznos prosečne zarade ili da je politički život u Srbiji u toj meri zavisao od budžetskog finansiranja da nema zainteresovanih, pa čak ni među stranačkim funkcionerima, aktivistima i članovima, da u značajnijoj meri novčano podrže svoju političku opciju.

Što se tiče istraživanja, koje TS sprovodi drugi put zaredom, po metodologiji razvijenoj u saradnji sa kolegama iz češkog ogranka Transparensi Internešnela, među izbornim listama su najmanje loše ocene dobile liste „Ivica Dačić – premijer Srbije“, "Marinika Tepić – Ujedinjeni za pobedu Srbije“, „Boris Tadić – Ajmo, ljudi“, a od predsedničkih kandidata Zdravko Ponoš i Boško Obradović. Svi imaju ocenu 2,3.

Ocene 2 za transparentnost dobili su kandidati Biljana Stojković, Aleksandar Vučić, Miloš Jovanović, kao i liste „Aleksandar Vučić – Zajedno možemo sve“ i „Moramo“. Ostalih 17 lista i kandidata imaju ocene niže od 2.

Liste i kandidati su ocenjivani po kriterijumima iz šest oblasti – 1. Planiranje rashoda kampanje, 2. Prisustvo na internetu i planirani troškovi prisustva na internetu, 3. Transparentni računi, 4. Struktura planiranih prihoda, 5. Spisak predizbornih događaja i 6. Ovlašćeno lice, izborni tim i volonteri u kampanji.

U tabeli su prosečne ocene za te oblasti za parlamentarne i predsedničke izbore:

Oblast/Izbori	Planiranje rashoda	Prisustvo na internetu	Transparentni računi	Planiranje prihoda	Predizborni događaji	Ovlašćena lica
Parlamentarni	1	2,5	1	1,6	2,4	1,4
Predsednički	1	3	1,1	1,7	3,6	1,6

S obzirom na to da manje od četiri dana pre izborne tišine građanima nisu dostupni gotovo nikakvi podaci o tokovima novca u kampanji, izuzev preliminarog izveštaja samo jednog političkog subjekta, podatka koliko novca liste i predlagači kandidata dobijaju za kampanju iz budžeta ako osvoje više od 1% glasova (0,2% za manjinske liste) i nekoliko podataka o prilozima građana, izvesno je da zakonske promene u ovoj oblasti nisu bile dovoljne za povećanje uvida u tokove novca pre dana održavanja izbora. Podsećamo da je jedan od razloga za izmenu Zakona o finansiranju političkih aktivnosti bilo upravo povećanje transparentnosti tokova novca dok izborna kampanja traje.

Na osnovu preporuka ODIHR i dogovora sa međustranačkog dijaloga uvedena je obaveza da učesnici u kampanji najkasnije sedam dana pre izbornog dana dostave Agenciji za sprečavanje korupcije preliminarne izveštaje o troškovima od dana raspisivanja do 15 dana pre dana glasanja. Taj izveštaj Agencija objavljuje na sajtu u roku od tri dana od dana prijema.

Ne postoji obaveza da učesnici na izborima objave te izveštaje na svojim sajtovima kada ih pošalju Agenciji, pa to nije uradila čak ni stranka koja je prva, pre isteka zakonskog roka, dostavila izveštaj Agenciji. Sve to ukazuje na realnu mogućnost da će većina podataka iz preliminarnih izveštaja postati dostupna tek neposredno pre nastupanja izborne tišine, tako da građani neće imati prilike da se preko medija informišu o tome u kojoj meri su podaci o troškovima kampanje kojoj su bili izloženi proteklih nedelja prikazani i od kog novca će ti troškovi biti plaćeni.

Da bi se ovaj problem prevazišao, Transparentnost Srbija predlaže da se po uzoru na Češku, uvede sistem transparentnih računa za kampanju. Prema zakonskim rešenjima iz te zemlje, učesnici izbora omogućavaju otvoren pristup podacima sa bankovnog računa koji se koristi za kampanju, tako da su prihodi i rashodi vidljivi u momentu nastanka. Imajući u vidu činjenicu da učesnici izbornih kampanja u Srbiji najveći deo troškova plaćaju tek posle izbora, kada dobiju budžetske dotacije na osnovu ostvarenog uspeha, predložili smo da se pored toga objavljuju i informacije o preuzetim, a neplaćenim finansijskim obavezama (npr. ugovorena vrednost TV reklama, oglašavanja na bilbordima i slično).

Umesto toga, na osnovu nedavno dopunjenog Zakona o finansiranju političkih aktivnosti, uvedena je obaveza dostavljanja „preliminarnih finansijskih izveštaja“, koji bi trebalo da odraze stanje prihoda i rashoda na čak 15 dana pre dana pre glasanja. Sudeći prema ranijim iskustvima, do tog momenta stranke plaćaju tek zanemarljiv deo troškova. Propuštena je prilika da se na jasan način predvidi obaveza izveštavanja i o onim troškovima kampanje koji su do tog momenta bili ugovoreni, tako da se može očekivati da će neki politički subjekti unositi te podatke, a drugi ne.

Na konferenciji je Marketa Svobodova iz TI Češke predstavila iskustva u toj zemlji sa transparentnošću finansiranja kampanje dok ona još traje. Ona je ukazala da je 2013. godine, kada je prvi put sprovedeno istraživanje odziv stranaka bio izuzetno loš, ali da danas pojedine imaju posebne stranice na svojim web sajtovima na kojima objavljuju podatke koje TI traži, a čije objavljivanje inače nije zakonska obaveza.

Na taj način, ukazala je, stvara se bolje informisan građanin koji treba da odluči za koga će glasati.

Snimak konferencije za novinare dostupan je [na Youtube kanalu TS](#).

U okviru ovog projekta, 5. maja 2022. organizovan je okrugli sto na temu

Novac u izbornoj kampanji – kako povećati transparentnost i unaprediti izborne uslove

Zakonske izmene donete pre aprilskih izbora u Srbiji rezultirale su nekim poboljšanjima ali ni izbliza nije rešilo probleme kada su izborni uslovi u pitanju, zaključeno je na danas održanom okruglom stolu “Novac u izbornoj kampanji – kako povećati transparentnost i unaprediti izborne uslove”, na kome su svoja iskustva predstavili predstavnici TI Češke Republike i Transparentnosti Srbija.



„Postoje prakse u Češkoj koje bi bilo dobro uvesti i u Srbiji kada je reč o finansiranju stranaka”, rečeno je. Kao primeri posebno dobre prakse navedeni su uvođenje limita za troškove kampanje (1.6 miliona evra za predsedničkog kandidata i 3,6 miliona evra po stranci/koaliciji), kao i regulisanje vođenja kampanje oglašavanja od strane trećeg lica.

Od Češke Republike, sa kojom Srbija ima dugo i dobro razumevanje i saradnju, možemo mnogo toga da naučimo i na evropskom putu, i posebno kada je reč o izborima i trošenju novca kao pogonskog goriva u kampanji, rekao je domaćin skupa, dekan FPN Dragan Simić.

Ambasador Češke Republike u Srbiji Tomaš Kuhta, naglasio je da veoma važno baviti se temama transparentnosti i unapređenja izbornih uslova, i da je u Češkoj u tom smislu, postignut napredak. „Ne bi smelo sve da bude u novcu...Osnova je postojanje zakona, ali se zakoni moraju poštovati. Nema brzih rezultata, ali važno je početi”, poručio je ambasador.

Zakonske obaveze vezane za transparentnost finansiranja kampanje u Češkoj ali i prostoru za dodatnu transparentnost, predstavio je Petr Vimjetal, sa Fakulteta za međunarodne odnose u Pragu. Upoznao je učesnike okruglog stola o javnosti informacija o preuzetim (a neplaćenim) obavezama, ograničenjima u visini kredita, sistemu finansiranja iz budžeta, kao i transparentnosti informacija poštovanju obaveza i izrečenim kaznama.

Ondrej Čaki iz TI Češke predstavio je pravila vezana za medijsko oglašavanje: od cenovnika oglašavanja, kampanje na društvenim mrežama i finansiranja kampanje od strane trećih lica do prikrivenog medijskog oglašavanja i ograničenja u vođenju funkcionerske kampanje pre, tokom i nakon izbora, zakupljenim terminima, itd. Njegov kolega Jan Dupak govorio je o ograničavanju troškova izborne kampanje – o koristima i problemima, relevantnim parametrima za određivanje limita potrošnje i obezbeđivanu delotvorne kontrole.

O praksi u Srbiji, i primere iz monitoringa koji je Transparentnost Srbija sprovela u predizbornoj kampanji za aprilske izbore, govorili su programski direktor Nemanja Nenadić i Zlatko Minić.

U diskusiji su učestvovali predstavnici Agencije za sprečavanje korupcije, Privremenog nadzornog tela za izbore, CINS-a, stranke DSS. Okrugli sto je održan na Fakultetu političkih nauka. Suorganizatori su fakultet, Transparentnost Srbija i TI Češke Republike.

Snimak okruglog stola (samo izlaganja na srpskom) možete pogledati [ovde](#).