

Мониторинг финансирања изборне кампање



ТРАНСПАРЕНТНОСТ СРБИЈА
26.4.2012.



Transparentnost Srbija
Transparency Serbia

О пројекту



- Транспарентност – Србија, у оквиру пројекта “Мониторинга изборне кампање” прати битне аспекте поступања политичких субјеката и државних органа у кампањи за парламентарне, покрајинске, локалне и председничке изборе 2012 године
- Мониторинг почео 26. марта 2012. године . Узорак мониторинга обухвата дешавања у Београду, Нишу, Новом Садау, Крагујевцу и у 20 мањих градова и општина
- Мониторинг такође обухвата медије са националном дистрибуцијом и поступање јавних институција широм земље

Сачињено у оквиру пројекта Транспарентности Србија *Мониторинг финансирања изборне кампање* подржан од стране Међународне фондације за изборне системе (IFES) и Америчке агенције за међународни развој (USAID).

Пројектне активности се делимично финансирају из регионалног истраживања Transparency International о улози новца у политици – CRINIS

Изнети ставови не морају представљати ставове донатора.

Поступање државних органа и других јавних институција



Агенција за борбу против корупције



- Агенција за борбу против корупције започела мониторинг изборних активности – веће шансе да евентуални прекршаји буду уочени правовремено
- У два случаја Агенција се послужила овлашћењем да ванредно затражи податке о финансирању појединих активности – посета Ђулијанија СНС, посета Тадића Хановеру/ нису објављивани подаци о другим видовима контроле од стране овог органа. Да ли су ови случајеви једини који су сумњиви?
- Нема нових мишљења о примени Закона иако има много ствари које стварају недоумице
- Агенција прикупила годишње финансијске извештаје, чека се објављивање – потенцијално значајни подаци за финансирање кампање и даљу анализу
- Хоће ли бити покретани поступци док кампања траје?

Републичка радиодифузна Агенција



- Републичка радиодифузна агенција издала ново обавезујуће упутство за емитере – уређеније питање „закупљених термина“. Најзначајније одредбе:
- Лимитирање «закупљених термина»
- *Ако су избори расписани само за одређено подручје Републике Србије (нпр. град или општина), предизборни програм може емитовати само емитер локалног или регионалног нивоа покривања чија жељена зона сервиса обухвата подручје за које су избори расписани. – Шта то значи у контексту актуелне изборне кампање која се води у целој Србији?*
- *Све радио и телевизијске станице могу објављивати предизборне спотове под једнаким комерцијалним и техничким условима, као и без дискриминације.*
- *Саопштење 9. април: Савет је анализирајући могуће разлоге ове појаве размотрио и притужбе да су цене закупа рекламних термина на станицама са националним покривањем изузетно високе. Савет препоручује свим електронским медијима да воде рачуна да превисоким ценама огласног простора не онемогуће један део учесника избора да закупе рекламне термине јер би у том случају злоупотребили национални ресурс који им је додељен на коришћење.*
- Републичка изборна комисија предузела мере за спречавање расипања средстава за рад бирачких одбора



Републичка изборна комисија



- Први пут објављени подаци о саставу сталног састава бирачких одбора
- Одлукама РИК спречено трошење великих количина новца за посматрање избора у иностранству
- Колико ће подносилаца листа и предлагача кандидата искористити прилику за именовање чланова бирачких одбора у проширеном саставу о трошку државе?
 - Приход од посматрача финансијски значајан за мале странке и начин придобијања присталица – 34 милиона динара за 8,5 хиљада чланова и 8,5 хиљада њихових заменика – 17 хиљада „сигурних гласова“ омогућило би прелазак цензуса мањинској странци и донело један мандат свакој другој

Пример састава бирачких одбора – 49 бирачких места у Смедеревској паланци



	ЗЕС	СРС	УРС	НАП	ДСС	СПС- ЈС	ЛДП	НС	ПГМ	ПУПС	СПС	ОГ 1
Председник - РИК	15	11	5	4	4	3	3	2	1	1	0	0
Заменици – ОПШ	22	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	7
Чл.+Зам. чл. – РИК	77	56	24	21	20	15	11	9	7	5	0	0
Чл.+Зам. чл. – ОПШ	152	72	0	0	0	0	0	0	0	0	71	48
Укупно	266	149	29	25	24	18	14	11	8	6	81	55

Министарство финансија и локални органи за финансије



- Средства за председничке изборе и контролу изборног процеса обезбеђена из буџетске резерве у коју је претходно пренет новац са других ставки
- Нема оглашавања МФ поводом потенцијално спорних одредаба у самом Закону
- Издвајања у буџетима локалних самоуправа за кампању махом нетачно одређена, што може да доведе до арбитрерности у расподели и оспоравања регуларности изборног процеса или незаконитог трошења градских и општинских буџета – само неке општине реаговале на допис ТС
- Прикупљање изборног јемства – нису објављени подаци о томе да ли су јемства прихваћена и шта је поднето као јемство

Понашање других јавних институција у кампањи



- Повећани промотивни активизам јавних функционера на свим нивоима
- Спорне ситуације:
 - активности нису у вези са надлежностима функционера
 - Кампања се одвија у радно време
 - Спајање државних и партијских путовања
 - Учешће лица која нису државни функционери у државним промотивним активностима
 - Финансирање популарних активности из буџета
 - Запошљавање у јавним институцијама и давања финансијских стимуланса
- Непосредно оглашавање локалних власти и јавних предузећа о постигнутим успесима и плановима
 - Пример: цитат из плаћеног текста у Сомборским новинама
 - ***U 2012. smo predvideli da, kao Gradska uprava, zajedno sa Pokrajinskim Sekretarijatom za rad, zapošljavanje i ravnopravnost polova, izdvojimo 10 miliona dinara za personalne asistente i gerontodome – saopštio je gradonačelnik Nemanja Delic***

Главне одлике кампање



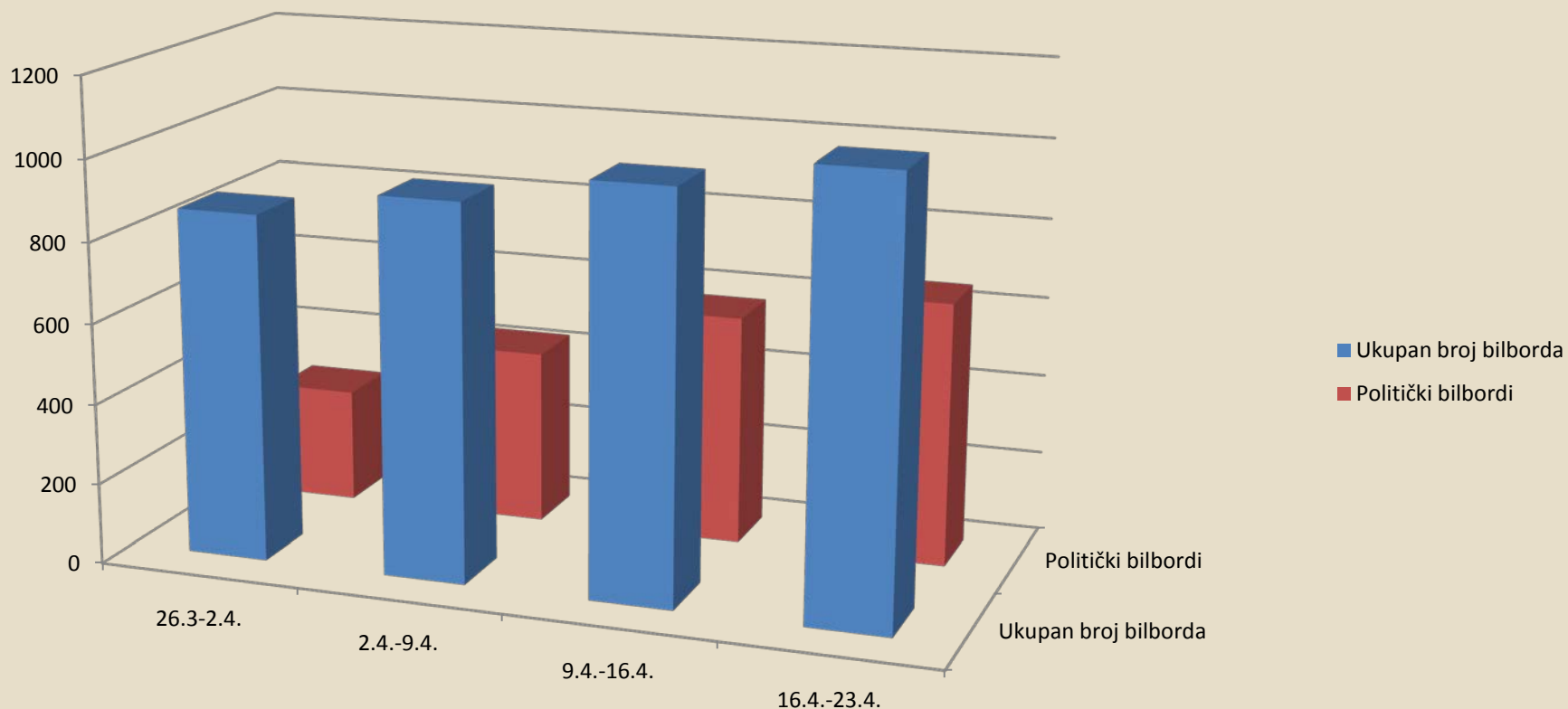
- Кампање започете пре расписивања избора – билборди – отворено питање књижења расхода који представљају *de facto* изборну кампању
- Оглашавање на ТВ и радио станицама слабијег интензитета услед нове регулативе; оглашавање на интернету знатно веће него раније уз отварање нових питања: оглашавање у страним медијима, што неке интернет странице јесу
- Кампање се најчешће односе на разне врсте избора – у којој ће изборној кампањи бити књижени трошкови
- Плакати са неозначеним оглашивачем – антикампање; постављање на недозвољеним местима и уклањање од стране комуналних служби у неким градовима

Главне одлике кампање - билборди

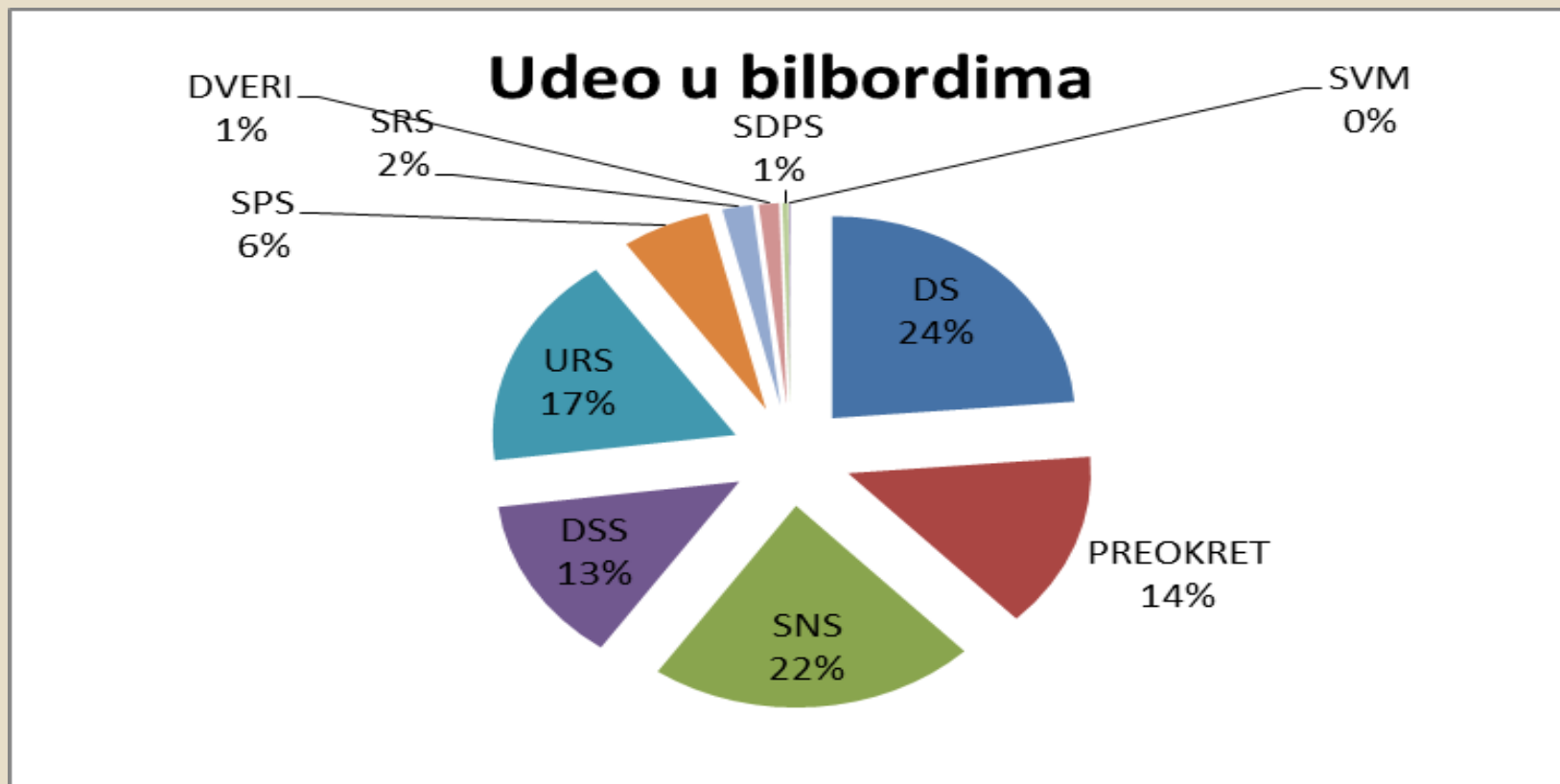


- У четвртој недељи праћења билборди са политичком садржином заузимају око 70 посто расположивих површина
- Појављује се велики број нових билборд – места; број билборда у стварности одступа од података о дозволама које су издале надлежне локалне власти

Удео политичких билборда - Београд



Удео појединих листа у билбордима - Београд



Процена вредности билборд кампање – Нови Сад



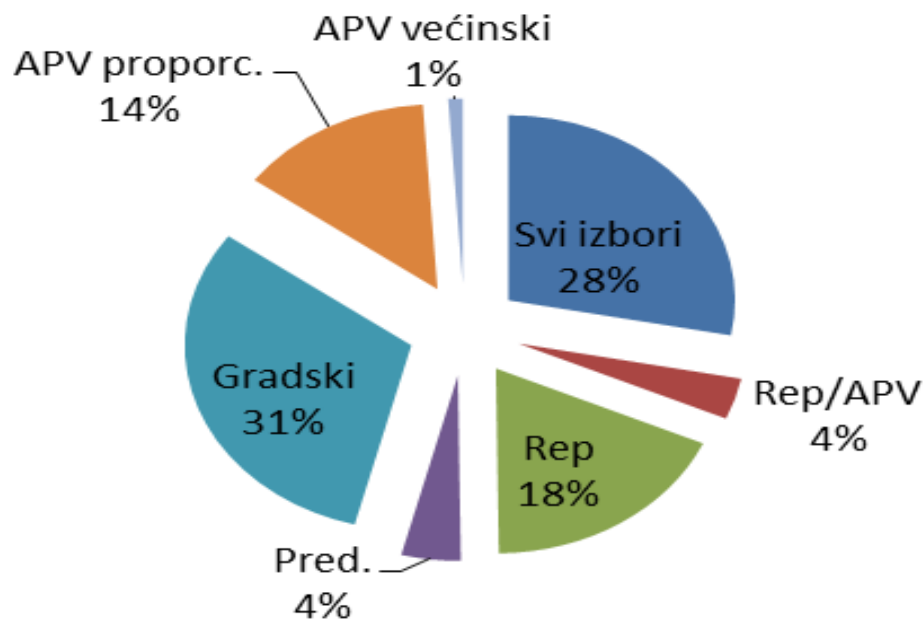
Novi Sad bilbordi 26.3. - 20.4. 2012.

Lista	Procena cene sa popustom u EUR
URS	24,775.00
SRS	4,415.00
SPS	1,412.00
SNS	28,037.00
RV	5,250.00
LSV	27,952.00
P	16,777.00
DS	24,075.00
DSS	33,181.00
Ukupno	165,874.00

Структура по врсти избора – Нови Сад



Struktura troškova po vrsti izbora NS

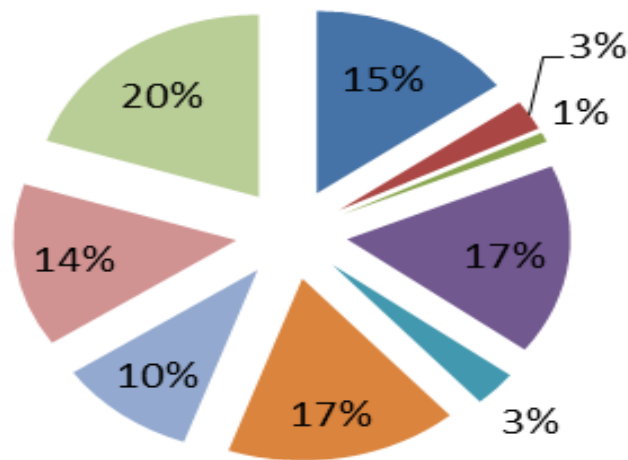


Удео у билборд кампањи – Нови Сад



Udeo u NS bilbordima prve 3 nedelje

■ URS ■ SRS ■ SPS ■ SNS ■ RV ■ LSV ■ P ■ DS ■ DSS



Процена цене билборд кампање - Београд



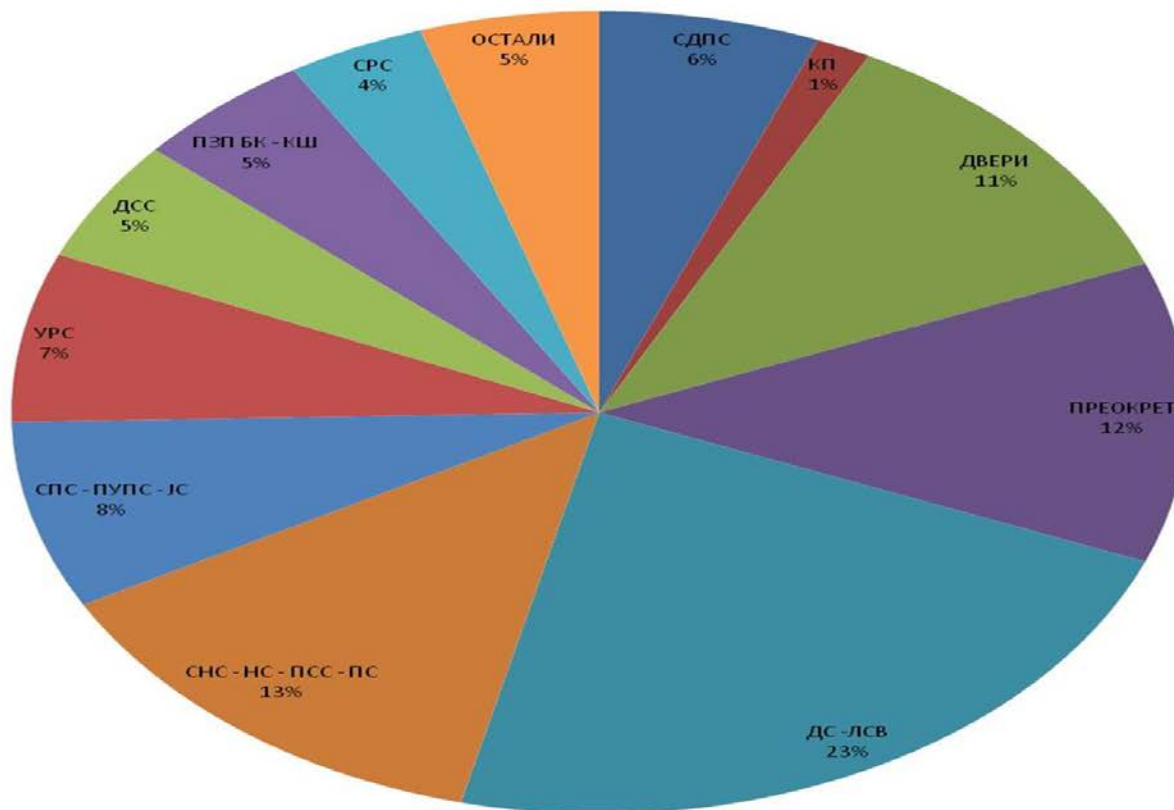
Lista	broj bilborda	cena	broj rolo bilborda	cena	štampa	štampa umanjeno	city light	cena	Ukupno uзорак	Procena ceo grad	procena sa popustom
DS	431	57,252	93	23,064	15,085	7,543	34	2,618	90,476	199,047	159,238
PREOKRET	273	36,225	52	12,896	9,555	4,778	0	0	53,899	118,577	94,861
SNS	429	56,809	72	17,856	15,015	7,508	16	1,232	83,405	183,490	146,792
DSS	291	38,660	29	7,192	10,185	5,093	0	0	50,944	112,077	89,661
URS	336	44,636	62	15,376	11,760	5,880	0	0	65,892	144,961	115,969
SPS	102	13,575	21	5,208	3,570	1,785	26	2,002	22,570	49,654	39,723
SRS	41	5,460	6	1,488	1,435	718	0	0	7,665	16,863	13,490
DVERI	34	4,501	0	0	1,190	595	0	0	5,096	11,210	8,968
SDPS	10	1,328	0	0	350	175	0	0	1,503	3,307	2,645
SVM	3	369	0	0	105	53	0	0	422	927	742
Ukupno	1,950	258,813	335	83,080	68,250	34,125	76	5,852	381,870	840,113	672,090

Скупови и промоције



- Уличне промоције и конференције за штампу без великих финансијских трошкова (подела промотивног материјала)
- У неким случајевима уочена повезаност посета носилаца јавних функција са догађајима који представљају партијску промоцију
- И даље нема много великих скупова на затвореном или отвореном који носе са собом значајне трошкове (закуп сала, закуп аутобуса за превоз учесника)
- У неким случајевима јавни скупови били пропраћени ангажовањем естрадних уметника

Удео у јавним скуповима на узорку



Пријављени јавни скупови на узорку



ПОЛИТИЧКИ СУБЈЕКАТ	БРОЈ ПРИЈАВЉЕНИХ ПОЛИТИЧКИХ СКУПОВА ОД ДАНА РАСПИСИВАЊА ИЗБОРА ДО ДАНАС	ГРАДОВИ И ОПШТИНЕ ОБУХВАЋЕНЕ ИСТРАЖИВАЊЕМ
СОЦИЈАЛДЕМОКРАТСКА ПАРТИЈА СРБИЈЕ	16	СРЕМСКА МИТРОВИЦА
КОМУНИСТИЧКА ПАРТИЈА	4	БОР
ДВЕРИ ЗА ЖИВОТ СРБИЈЕ	30	ГЊИЛАНЕ
ПРЕОКРЕТ	32	КИКИНДА
ДЕМОКРАТСКА СТРАНКА - ЛИГА СОЦИЈАЛДЕМОКРАТА ВОЈВОДИНЕ	60	СУБОТИЦА
СНС - НС - ПСС - ПС	35	КРУШЕВАЦ
ПОКРЕТ ЗА ХОМОЉЕ	2	ШАБАЦ
СПС - ПУПС - ЈС	20	МАЛИ ЗВОРНИК
УЈЕДИЊЕНИ РЕГИОНИ СРБИЈЕ	18	ВЛАДИМИРЦИ
ГГ ИНИЦИЈАТИВА - СМЕДЕРЕВО	1	КОЦЕЉЕВА
ДЕМОКРАТСКА СТРАНКА СРБИЈЕ	13	ЉУБОВИЈА
СОЦИЈАЛДЕМОКРАТСКИ САВЕЗ	1	КРУПАЊ
ПОКРЕТ ЗА ПРОМЕНЕ	13	БОГАТИЋ
БРАНИСЛАВ КАТАНЧЕВИЋ - КРУШЕВАЦ	10	ЛОЗНИЦА
СРПСКА РАДИКАЛНА СТРАНКА	3	СМЕДЕРЕВО
ПОКРЕТ РАДНИКА И СЕЉАКА	1	СМЕДЕРЕВСКА ПАЛАНКА
САВЕЗ ВОЈВОЂАНСКИХ МАЂАРА	1	ВЕЛИКА ПЛАНА
ДЕМОКРАТСКА УНИЈА ДОЛИНЕ - ПРЕШЕВО	1	ПОЖАРЕВАЦ
ПАРТИЈА ЗА ДЕМОКРАТСКО ДЕЛОВАЊЕ - ПРЕШЕВО	1	ВЕЛИКО ГРАДИШТЕ
ДЕМОКРАТСКА УНИЈА АЛБАНАЦА - ПРЕШЕВО	1	УЖИЦЕ
РЕФОРМИСТИЧКА СТРАНКА НИШ	1	ПОЖЕГА
ГГ ЗА БОЉУ РАЂЕВИНУ - КРУПАЊ	1	ЧАЈЕТИНА
		АРИЉЕ
		БАЈИНА БАШТА
		КОСЈЕРИЋ
		ПЕТРОВАЦ НА МЛАВИ
		КУЧЕВО
		ГОЛУБАЦ
		МАЛО ЦРНИЋЕ
		ЖАБАРЕ
		ЖАГУБИЦА
		ПАНЧЕВО
		АЛИБУНАР
		БЕЛА ЦРКВА
		ВРШАЦ
		КОВАЧИЦА
		КОВИН
		ОПОВО
		ПЛАНДИШТЕ
		ВРАЊЕ
		ПРЕШЕВО
		БУЈАНОВАЦ
		ВЛАДИЧИН ХАН
		СУРДУЛИЦА
		БОСИЉЕГРАД
		ТРГОВИШТЕ
		ЗЕМУНИ
УКУПНО	264	

Средства које су странке прикупиле



- Дошло до великог повећања пријављивања ове врсте прихода генерално у односу на претходну, неизборну годину.
- У односу на извештај од пре три недеље дошло до великог повећања донација правних лица и предузетника
- Неке од странака које не пријављују веће донације можда немају потребе да такве донације прикупљају јер имају веома велике приходе из буџета у односу на кампању коју врше (нпр. СРС и СДУ)
- Индикативно да су неке странке објављивале већи број донација, а да сада то уопште не чине, што вероватно указује на занемаривање ове законске обавезе (нпр. СНС и за Г17)
- Коалиције или немају посебне сајтове или на њима не објављују податке о примљеним већим прилозима што важи и за групе грађана и нове актере на политичкој сцени