

**Novi zakon (o finansiranju političkih aktivnosti)**

doneće ispravljanje grešaka u postojećem uređenju finansiranja stranaka, ali i bitne konceptijske promene u odnosu na akt iz 2003. Predlog još nije u Skupštini, a rok zacrtan za usvajanje u evrointegracijskim dokumentima već je prošao (prvo tromesečje ove godine).

**Pošto nas, po svoj prilici,** očekuje izborna kampanja sledeće zime, treba ga usvojiti što pre kako bi se stranke, Agencija za borbu protiv korupcije, koja će kontrolisati finansiranje te kampanje, i drugi nadležni organi valjano pripremili za prvi veliki test primene novih rešenja u praksi. Naime, treba doneti podzakonske akte, pri čemu je naročito važno koliko će detaljni biti obrasci za izveštavanje o prihodima i rashodima. Takođe, treba izmeniti Zakon o budžetu kako bi Agenciji bila dodeljena sredstva za delotvorno praćenje finansiranja kampanje.

**Ništa manje važno je i pitanje** uređivanja medijske sfere. Novu kampanju nipošto ne bismo smeli da dočekamo bez jasnog odgovora RRA na pitanje da li je zakupljivanje maratonskih termina na televizijama za političku promociju uopšte dopušteno i kako će se u praksi pratiti poštovanje norme prema kojoj su emiteri dužni da svim učesnicima u izbornoj kampanji omoguće oglašavanje „pod istim tehničkim i finansijskim uslovima“.

**Jednako bi bilo opasno dočekati** još jedne izbore bez zakona o transparentnosti medijskog vlasništva. Pre nekoliko godina pripremljeni i javno promovisani nacrt nikad nije došao do Skupštine, a čitaocima ostaje samo da nagađaju čiji interesi se provlače kroz navodno neutralne komentare, osim kada se skriveni vlasnik sam ne oglasi.

**Najzad, potreba za hitnim donošenjem zakona** nipošto ne znači da ne treba ostaviti dovoljno vremena da se predložena rešenja valjano pročitaju i rasprave u Skupštini. Upravo nas iskustvo sa Zakonom o finansiranju političkih stranaka uči da u Srbiji može da prođe čak osam godina dok se ne isprave svima očite omaške zakonodavca.