



Трошкови кампање мањи

Директни трошкови кампање за изборе одржане у априлу у Србији били су нешто мањи него ранијих година, а најзаступљенија током кампање у јавности била је Српска напредна странка, показао је мониторинг финансирања кампање коју је спровела невладин организација Транспарентност Србија.

Програмски директор ТС Немања Ненадић рекао је на конференцији за новинаре да је на мање трошкове утицало неколико фактора међу којима и то што бројне опозиционе листе, које су се бориле око истог бирачког тела нису имале на располагању буџетске ресурсе за вођење скупих кампања. Како је навео, предизборне прогнозе им нису давале шансе да освоје власт па стога нису били

тичких активности из 2014, за 30 одсто умањен износ који се из буџета додељује за финансирање кампање, рекао је Ненадић.

Он је навео да је можда наговештај нових позитивних трендова то што би се могло тврдити да су многе странке прилагодиле обим своје изборне кампање очекиваном успеху на изборима, јер на основу тога добијају део буџетских дотација, а не да су баш такав успех остварили захваљујући улагању у пропаганду.

Ненадић је напоменуо да је оглашавање на ТВ током ове кампање коштало око седам милиона евра, а да је на претходним изборима тај износ био око девет милиона евра. Он је рекао и да је смањено оглашавање пу-



атрактивне ни финансијерима.

Ненадић је рекао да је СНС једина странка која је располагала вишком новца из буџета и била најатрактивнија за финансијере на основу прогноза ко ће чинити будућу власт. СНС, према његовим речима, није ни имала нарочите потребе за рекламирање због великог присуства њихових функционера у медијима поводом, наводно редовних активности, које су током кампање биле повећане.

Он је напоменуо да је кампања мање коштала и зато што је трајала свега три недеље, што је знатно краће него ранији изборни процеси. На смањење трошкова је сигурно утицала и чињеница да је изменама Закона о финансирању поли-

тем билборда, а што се тиче оглашавања у штампи оно је остало на истом нивоу као и на претходним изборима.

У односу на раније изборне процесе, у овој кампањи је организовано мање митинга и других сличних окупљања на отвореним и затвореним просторима, рекао је Ненадић и додао да је за организовања таквих скупова организован превоз учесника био још заступљенији него раније.

Ненадић је истакао и да се и даље не објављују подаци о изворима финансирања кампање и да су позната буџетска издвајања од 580 милиона динара која нису увек правилно расподељена.