

### III MONITORING PROCESA USVAJANJA NOVIH ZAKONA

#### 1. Zakon o oglašavanju

Iako je još u septembru Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija formiralo Radnu grupu za izradu Nacrta novog Zakona o oglašavanju, o radu te grupe u oktobru ništa nije saopšteno. Potreba za reformom pravnog okvira kojim se uređuje materija oglašavanja apsolutno je nesporna. Ono što je nepoznanica jeste to šta će konkretno tim zakonom biti regulisano, a posebno da li će pisanje novog Zakona o oglašavanju biti iskorišćeno za uvođenje reda u državno oglašavanje, podrazumevajući pod tim i oglašavanje javnih i drugih preduzeća u većinskom državnom vlasništvu, kako bi se sprečilo da se plasiranjem oglasa favorizuju mediji bliski vlastima. O tome da je ovo primećeno ne samo u Srbiji već i od strane Evropske unije, svedoči i izveštaj evropskog eksperta dr Katrin Nyman-Metcalf o medijima i slobodi izražavanja u Srbiji od 20. februara ove godine. Nyman-Metcalf u izveštaju navodi da je u Srbiji potrebno propisati jasna uputstva i procedure za nabavke oglasnog prostora i vremena za emitovanje programa od strane države, a „kako bi se sprečilo korišćenje tih mehanizama za netransparentno finansiranje medija i diskriminaciju između njih”. Nyman-Metcalf dalje ukazuje da postoji potreba da se jasno urede nadležnosti, kako bi se znalo ko je nadležan da vrši nadzor nad nabavkama oglasnog prostora i vremena za emitovanje programa od organa javne vlasti, i koja sredstva i mehanizmi za delotvoran nadzor tom telu stoje na raspolaganju. Ne postoji bolja prilika i bolji trenutak da se ovo učini, od ovog trenutka i tekućeg rada na nacrtu novog Zakona o oglašavanju.