

**Resni.ca**  
politična stranka

# R.

Koroška cesta 2,  
4000 Kranj

info@resni.ca  
info@stanka-resnica.si  
www.resni.ca

Kranj, 28.4.2023

**DRŽAVNI ZBOR REPUBLIKE SLOVENIJE**

Šubičeva ulica 4, 1102 Ljubljana

- **Predsednica Urška Klakočar Zupančič**

**REPUBLIKA SLOVENIJA - DRŽAVNI ZBOR**

Prejeto:	28-04-2023
Šifra:	005-03/23-8/6
Povezava:	004-01/23-4/6
EPA:	EU:
Sign. zn.:	
Kratica:	

**OBVESTILO O POBUDI VOLIVCEM ZA VLOŽITEV PREDLOGA ZAKONA**

Spoštovani,

v skladu z drugim odstavkom 59. člena Zakona o referendumu in o ljudski iniciativi (ZRLI, Uradni list RS, št. 26/07 – uradno prečiščeno besedilo, 6/18 – odl. US in 52/20), Vas obveščamo, da bomo skladno prvemu odstavku 59. člena ZRLI, dali pobudo volivcem za vložitev predloga Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o volilni in referendumski kampanji (ZVRK).

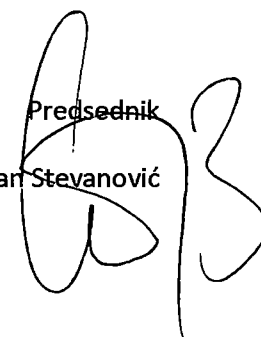
Naprošamo Vas, da razpišete čimprejšnji rok za zbiranje podpisov volivcev za podporo predlogu zakona.

Lepo pozdravljeni.

PRILOGA:

- Predlog zakona s prilogami

Predsednik  
Zoran Stevanović



# PREDLOG ZAKONA O SPREMEMBAH IN DOPOLNITVAH ZAKONA O VOLILNI IN REFERENDUMSKI KAMPANJI (ZVRK)

## I. UVOD

### 1. Ocena stanja in razlogi za sprejem zakona

Pomankljivosti trenutno veljavnega Zakona o volilni in referendumski kampanji se izražajo v pravni in dejanski neustreznosti regulacije javnomnenjskih raziskav in namenjenega medijskega prostora posameznim strankam in listam v predvolilnem obdobju, kar ima za posledico nižjo udeležbo na volitvah ter s tem nižjo legitimnost izvoljenih kandidatnih list in strank, obenem pa trenutna veljavna ureditev v zadostni meri ne zadosti ustavnim načelom, med drugim določbi 1. člena Ustave Republike Slovenije, ki določa, da je Slovenija demokratična republika, določbi drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije, po katerem ima oblast ljudstvo, državljani pa to svojo oblast izvršujejo bodisi neposredno ali z volitvami in določbi drugega odstavka 80. člena Ustave Republike Slovenije, skladno s katero se poslanci volijo s splošnim, enakim, neposrednim in tajnim glasovanjem.

Veljavni Zakon o volilni in referendumski kampanji v zadostni meri časovno ne omeji objav javnomnenjskih raziskav pred volitvami, saj se lahko te, v času volilne kampanje objavljajo do 24. ur pred odprtjem volišč, s čemer se v najbolj kritičnem obdobju, praktično do odprtja volišč, vpliva na odločitev volivcev. Nekateri, še neodločeni volivci, ki zaupajo javnomnenjskim raziskavam se tudi iz tega razloga ne odpravijo na volišča češ, da je že vse odločeno. To pa je za demokratično ureditev, v kateri se mora stremeti k kar najvišji volilni udeležbi nesprejemljivo. Poleg tega vemo, da so nekatere javnomnenjske raziskave kdaj tudi zavajajoče ali nenepopolne, kar se je v preteklosti že večkrat potrdilo, ko so dejanski volilni rezultati posameznih strank ali list odstopali tudi do 8% glede na zadnjo objavljeno javnomnenjsko raziskavo (primer: Državnozborske volitve 2008...).

Z objavo javnomnenjskih raziskav do 24 ur pred odprtjem volišč se prekomerno posega v eno izmed **temeljnih demokartičnih načel, po katerem morajo biti volitve svobodne in poštene**. Javnomenjske raziskave, ki so dovoljene praktično tik do odprtja volišč nedopustno in protipravno posegajo v svobodno voljo volivcev. Spoštovanje svobodnih in poštenih volitev je namreč temelj vsakega demokratičnega sistema. Gre za spoštovanje temeljnih vrednot demokracije, kar je ne nazadnje tudi stališče Parlamentarne skupščine Sveta Evrope. Predlagana sprememba drugega odstavka 5. člena zakona o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/2007, 103/2007, 11/2011, 28/2011, 98/2013, 10/2014 – odločba US, 83/2014, 29/2015 – odločba US, 54/2015, 68/2015 – odločba US, 93/2015 – ZVKD-1G, 58/2016, 27/2017 – odločba US, 41/2017 – odločba US, 33/2018 – odločba US, 13/2019, 19/2020 – ZNOrg, 10/2021) s katero bi objavo raziskav javnega mnenja in anket o kandidatih, listah kandidatov in političnih strankah omejili na 30 dni pred dnem glasovanja in do zaprtja volišč na dan glasovanja zasleduje prav ta cilj.

Veljavni ZVRK nadalje ne zagotavlja enakopravne razdelitve medijskega prostora za vse kandidatne liste na volitvah. Čeprav je določeno, da morajo mediji objektivno poročati o volilnih kampanjah, se največkrat zgodi, da nekatere kandidatne liste dobijo več pozornosti

kot druge ali pa da nekateri mediji favorizirajo določene liste. To lahko vodi do izkrivljanja volilnega procesa in kršitve načel demokratičnih volitev, ki morajo biti skladno z ustavo Republike Slovenije poštene in svobodne. Po veljavnem tretjem odstavku 6. člena Zakona o volilni in referendumski kampanji je po prepričanju predlagatelja legalizirana diskriminacija s tem, ko ta določba zagotavlja posebne termine oziroma medijski prostor za politične stranke, ki so že zastopane v državnem zboru oziroma v predstavniških organih lokalnih skupnosti in ločene termine za politične stranke ter kandidatne liste, ki tam še niso zastopane. Gre namreč za določbo, s katero se pasivno volilno pravico (pravico biti voljen) povsem podredi interesom obstoječih etabliranih političnih strank oziroma list, ki so že zastopane v Državnem zboru, vse na račun izvenparlamentarnih strank in list. To pa seveda posledično in neizogibno privede tudi do omejitve aktivne volilne pravice državljanov. Volivcev torej.

Predstavljena anomalija je nedopustna. Na tem mestu se pobudnik izrecno sklicuje na določbo **drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije**, po kateri ima v Sloveniji oblast ljudstvo. Državljanke in državljani pa to oblast izvršujejo neposredno (z referendumom) in z volitvami. Nosilci oblasti so torej vsi državljani, ne le volivci političnih strank in list, ki so že zastopane v Državnem zboru. Tem ustava ne omogoča nikakršne ekskluzivnosti ali prednosti pred drugimi strankami, tudi glede posebnih terminov. Le-te so si po sedaj veljavnem Zakonu o volilni in referendumski kampanji, parlamentarne stranke očitno protiustavno uzurpirale.

Trenutna verzija zakona ne opredeljuje jasnih meril za razdelitev medijskega prostora, predvsem v predvolilnih soočenjih. To pomeni, da mediji sami odločajo o tem, kako bodo porazdelili svoj medijski prostor, kar lahko vodi do neenakopravne obravnave kandidatnih list in do kršitev načel poštenih volitev.

Prav tako nima ZVRK učinkovitih mehanizmov za nadzorovanje kršitev predpisov o volilni kampanji. Čeprav je določeno, da je kršitev predpisov o volilni kampanji kazniva, je pogosto težko dokazati, da so bile predpisane kršitve storjene, kar lahko vodi do nekaznovanja kršiteljev in kršitve načel poštenih volitev.

Delitev medijskega prostora v soočenjih v javnih medijih glede na to, ali je stranka parlamentarna ali neparlamentarna, ni primerna, saj ne zagotavlja enake obravnave vseh kandidatov in strank. S tem se krši načelo enakopravnosti in nepristranskosti medijev v času volilne kampanje.

Poleg tega je delitev medijskega prostora glede na parlamentarni status stranke ponavadi tudi arbitrarna in neustrezna, saj ne upošteva dejanske podpore strankam in njihovi pomembnosti v javnosti. Vsaka stranka ima pravico do enakopravne obravnave v javnih medijih, ne glede na to, ali je parlamentarna ali ne.

Trenutna razdelitev medijskega prostora v soočenjih glede na to ali ima stranka parlamentarni ali neparlamentarni status, krši načelo enakopravnosti in nepristranskosti ter povzroča neenakopravno obravnavo kandidatov in strank, kar vpliva na izid volitev.

Zato bi moral biti medijski prostor v predvolilnih soočenjih enakopravno razdeljen med vse kandidate in stranke, ki sodelujejo v volilni kampanji, ne glede na njihov status.

## 2. Cilji, načela in poglavitne rešitve predloga zakona

Sprememba zakona o volilni in referendumski kampanji, ki bi prepovedala objave javnomnenjskih anket in analiz v času od 30 dni pred volitvami in bi zagotovila enakopravno razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih za vse kandidatne liste na volitvah, bi izboljšala volilni proces in zmanjšala možnost zlorab volilnega sistema.

Vsebina predlagane spremembe tretjega odstavka 6. člena Zakona o volilni in referendumski kampanji je v korist vseh državljanov in v celoti zasleduje namen in cilj ustavnih določb 1. člena in drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije. Ob tem velja izpostaviti še določbo drugega odstavka 80. člena Ustave Republike Slovenije, skladno s katero se poslanci volijo s splošnim, enakim, neposrednim in tajnim glasovanjem. Da do takšnega glasovanja sploh pride, pa mora biti izpolnjen nujen predpogoj, ki je v tem, da lahko šele na podlagi možnosti soočenja mnenj in argumentov predstavnikov vseh sodelujočih strank oziroma kandidatnih list na volitvah, volivec dejansko svobodno odloči kako bo glasoval. Z ureditvijo kakršno poznamo sedaj, se namreč poslanci dejansko volijo izmed strank, ki jim veljavni tretji odstavek 6. člena Zakona o volilni in referendumski kampanji omogoča posebne termine in s tem poseben status, kar je v nasprotju s predstavljenimi člani Ustave in njenim duhom.

Prepoved objave rezultatov javnomnenjskih raziskav in analiz v obdobju tridesetih dni pred volitvami omogoči, da se bodo volivci neprimerno bolj osredotočili na programe in predstavitve kandidatov, strank in list namesto, da bi bili pod morebitnim vplivom medijskih manipulacij oziroma pristranskosti. Enakopravna razdelitev medijskega prostora pa bi zagotovila, da imajo vsi kandidati enake možnosti za predstavitev svojih programov in idej volivcem. Trenutno je namreč, kot že navedeno v točki 1., medijski prostor namenjen zgolj določenim kandidatom in kandidatnim listam, kar pomeni eklatantno kršitev demokratičnih načel, to pa lahko vodi do izkrivljenih volilnih rezultatov.

Z enakopravno razdelitvijo prostora v predvolilnih soočenjih se zagotavlja enake možnosti vsem strankam, ki kandidirajo na volitvah, ne glede na njihov politični položaj ali velikost. Tako se zmanjša možnost, da bi vladajoča stranka ali etablirane stranke imele prednost pri dostopu do javnosti. Volivcem se omogoča, da se seznanijo z različnimi političnimi programi in stališči ter tako sprejmejo informirano in dejansko svobodno odločitev na dan glasovanja. Spodbuja se raznolikost in pluralizem v medijih ter tako prispeva k svobodnemu in demokratičnemu delovanju družbe. Preprečuje se monopolizacija medijskega prostora s strani nekaterih strank ali kandidatov, kar je v nasprotju z demokratično ureditvijo države. Zmanjšuje se možnost korupcije in vplivanja posameznih interesnih skupin na volitve, saj se s tem omejuje tudi vpliv financiranja volilnih kampanj na volilni izid.

Vse te demokratične prednosti bodo povečale zaupanje volivcev v volilni proces, prispevale k večji legitimnosti izvoljenih predstavnikov ter dejansko tudi uveljavile višji standard demokratizacije volilnega sistema kot celote.

Cilj predlagane spremembe zakona o volilni in referendumski kampanji je zagotoviti enakopravno obravnavo vseh kandidatov, strank in list v predvolilnem času ter preprečiti arbitrarno razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih. Načelo poštenih in svobodnih volitev, ki je zajeto v 1. členu in določbi drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije nalaga, da morajo biti vsi kandidati in stranke obravnavani enakopravno, brez diskriminacije in neenakopravne obravnave, medijske informacije pa morajo biti objektivne in nevtralne, brez namernega pristranskega poročanja ali podpore določenim kandidatom, strankam ali listam.

Trenutne določbe Zakona o volilni in referendumski kampanji, ki izvajalcem javnih medijev omogočajo razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih glede na parlamentarni status stranke, torej kršijo temeljno demokratično načelo, po katerem morajo biti volitve svobodne in poštene, saj povzročajo neenakopravno obravnavo kandidatov in strank, kar objektivno vpliva na izid volitev. Zato mora biti medijski prostor v predvolilnih soočenjih enakopravno razdeljen med vse kandidate in stranke oziroma liste, ki sodelujejo v volilni kampanji, ne glede na njihov status.

Pobudnik tako s predlaganimi spremembami zasleduje dosledno spoštovanje:

- 1. člena Ustave Republike Slovenije, ki določa, da je Slovenija demokratična republika,
- določbe drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije, po katerem ima oblast ljudstvo, državljani pa to svojo oblast izvršujejo bodisi neposredno ali z volitvami,
- določbo drugega odstavka 80. člena Ustave Republike Slovenije, skladno s katero se poslanci volijo s splošnim, enakim, neposrednim in tajnim glasovanjem. Trenutno veljaven Zakon o volilni in referendumski kampanji z določbami, katere predlagatelj predlaga spremembo, ne omogočajo v popolnosti uresničevanje tega člena Ustave RS.

### **3. Ocena finančnih posledic predloga zakona za državni proračun in druga javno finančna sredstva**

Predlog zakona, ki bi medijem javnega obveščanja prepovedal objavo javnomnenjskih raziskav in analiz v času 30 dni pred volitvami, zagotovil enakopravno razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih za vse kandidatne liste na volitvah in odpravil razdelitev medijskega prostora glede na parlamentarni status stranke, ne prinaša finančnih posledic za državni proračun in druga javno finančna sredstva.

### **4. Prikaz ureditve v drugih pravnih sistemih in prilagojenosti predlagane ureditve v pravu EU**

Predlog zakona ni predmet uskladitve s pravnim redom EU.

Kljub temu navajamo nekaj primerov. Številne evropske države imajo zakonske določbe, ki urejajo enakopravno razdelitev medijskega prostora med kandidatne liste in/ali prepovedujejo objavo javnomnenjskih raziskav v določenem času pred volitvami. V Franciji zakon iz leta 1977 prepoveduje objavo javnomnenjskih raziskav v 48 urah pred volitvami. Zakon o volilni kampanji v Španiji iz leta 1985, prepoveduje objavo javnomnenjskih raziskav v času od petka pred volitvami do njihovega zaključka. Italijanski zakon o volilni kampanji iz leta

1993 prepoveduje objavo javnomnenjskih raziskav v zadnjih petih dneh pred volitvami. Nemški zakon o volitvah v Bundestag iz leta 1956 pa prepoveduje objavo javnomnenjskih raziskav v zadnjih dveh dneh pred volitvami.

Odličen primer prepovedi objave javnomnenjskih raziskav in analiz v času 15 dni pred volitvami, je novi volilni zakon v Črni gori, ki je tako končno zagotovil svobodne in neodvisne volitve. Primer predstavljenega dejstva so bile zadnje predsedniške volitve v Črni gori.

Enakopravno razdelitev medijskega prostora imajo na primer v Franciji, kjer je na nacionalni televiziji organizirano večkratno televizijsko soočenje med kandidati, pri čemer je vsaki kandidatni listi zagotovljen enak časovni okvir. Podobno je v Španiji, kjer je na nacionalni televiziji organizirano televizijsko soočenje med kandidati, pri čemer je vsaki kandidatni listi zagotovljen enak časovni okvir. Tudi v Italiji in Nemčiji imajo kandidatne liste zagotovljen določen časovni prostor v predvolilnem času.

Slovenija bi lahko bila primer dobre prakse s spremembo zakonodaje, ki bi prepovedala objavo javnomnenjskih anket in analiz neposredno pred volitvami ter zagotovila enak medijski prostor v predvolilnem času za vse kandidatne liste. Takšna ureditev bi namreč lahko zagotovila bolj poštene in enake pogoje za vse kandidatne liste in stranke v predvolilnem obdobju ter s tem prispevala k večji volilni udeležbi in s tem višji legitimnosti volitev in izvoljenih predstavnikov.

Enakopravna razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih bi zagotovila, da ima vsaka kandidatna lista enako priložnost, da se predstavi volivcem, kar bi lahko povečalo raznolikost in kakovost volilne kampanje ter pomagalo volivcem, da se bolje seznanijo s programi in stališči vseh kandidatnih list. Prepoved objave javnomnenjskih anket in analiz pa bi lahko zmanjšala vpliv medijskih napovedi na volilni izid ter pomagala ohraniti neodvisnost in nepristranskost medijskega poročanja.

Poleg tega bi uvedba takšne ureditve lahko prispevala k zmanjšanju stroškov volilne kampanje za manjše stranke, ki imajo običajno občutno manj sredstev za oglaševanje in promocijo. Enakopravna razdelitev medijskega prostora bi jim zagotovila enako možnost za predstavitev svojih programov in stališč, kar bi lahko povečalo njihove možnosti za uspeh na volitvah.

## **5. Druge posledice, ki jih bo imel sprejem zakona**

Sprejem zakona, ki prepoveduje objavo javnomnenjskih raziskav in analiz v zadnjih 30ih dneh pred volitvami ter zagotavlja enak medijski prostor za vse kandidatne stranke v predvolilnih soočenjih, bi imel več posledic:

- Dosledno spoštovanje 1. člena Ustave Republike Slovenije, ki določa, da je Slovenija demokratična republika, določbe drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije, po katerem ima oblast ljudstvo, državljani pa to svojo oblast izvršujejo bodisi neposredno ali z volitvami, določbe drugega odstavka 80. člena Ustave Republike Slovenije, skladno s katero se poslanci volijo s splošnim, enakim, neposrednim in tajnim glasovanjem.

- Povečanje zaupanja javnosti v volilni proces: Če bi bil volilni proces videti bolj pošten in enakopraven za vse kandidate, bi lahko to povečalo zaupanje javnosti v volilni sistem in zmanjšalo možnosti za politične spore in morebitne proteste po volitvah.
- Povečanje udeležbe na volitvah: Enakopravna razdelitev medijskega prostora in prepoved objav javnomnenjskih raziskav in analiz v predvolilnem času lahko poveča zanimanje volivcev za volitve in jih spodbudi k udeležbi na volitvah, kar mora biti cilj vsake oblasti v demokratični družbi. Večja je udeležba na volitvah, večjo legitimnost imajo izbrane kandidatne liste oziroma stranke, ki se uvrstijo v državni zbor, posledično pa seveda tudi vsakokratna vladna koalicija.
- Zmanjšanje pritiskov na medije: Mediji so pogosto izpostavljeni pritiskom političnih strank, ki želijo pridobiti več medijske pozornosti. Enakopravna razdelitev medijskega prostora bi lahko zmanjšala pritiske na medije in jih osvobodila vpliva političnih strank.
- Enakopravnost volilne kampanje: Enakopravna razdelitev medijskega prostora bi lahko pripomogla k pravičnejši volilni kampanji, ki ne bo omejevala pasivne in posledično aktivne volilne pravice državljanov, saj bo vsaka kandidatna lista imela enake možnosti za predstavitev svojih programov in stališč ter izmenjavo mnenj in argumentov.

**6. Predlagatelj sprememb Zakona o volilni in referendumski kampanji predlaga, da se predlagane spremembe zakona obravnavajo po rednem postopku.**

**7. Predlagatelj skladno z deseto alinejo tretjega odstavka 115. člena Poslovnika, sporoča imeni in naslova predstavnikov predlagatelja, ki bosta sodelovala pri delu državnega zbora in delovnih teles:**

Predsednik stranke Državljsko gibanje Resni.ca - Zoran Stevanović in odvetnik Domen Gorenšek.

## **II. BESEDILO ČLENOV PREDLAGANEGA ZAKONA**

### **1. člen**

V Zakonu o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/2007, 103/2007, 11/2011, 28/2011, 98/2013, 10/2014 – odločba US, 83/2014, 29/2015 – odločba US, 54/2015, 68/2015 – odločba US, 93/2015 – ZVKD-1G, 58/2016, 27/2017 – odločba US, 41/2017 – odločba US, 33/2018 – odločba US, 13/2019, 19/2020 – ZNOrg, 10/2021) se drugi odstavek 5. člena spremeni tako, da se glasi:

»5.

(2) Objava raziskav javnega mnenja in anket o kandidatih, listah kandidatov in političnih strankah ni dovoljena 30 dni pred dnem glasovanja in do zaprtja volišč na dan glasovanja, objava raziskav javnega mnenja in anket o referendumskem vprašanju, pa ni dovoljena 24 ur pred dnem glasovanja in do zaprtja volišč na dan glasovanja.

## **2. člen**

V Zakonu o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/2007, 103/2007, 11/2011, 28/2011, 98/2013, 10/2014 – odločba US, 83/2014, 29/2015 – odločba US, 54/2015, 68/2015 – odločba US, 93/2015 – ZVKD-1G, 58/2016, 27/2017 – odločba US, 41/2017 – odločba US, 33/2018 – odločba US, 13/2019, 19/2020 – ZNOrg, 10/2021) se tretji odstavek 6. člena spremeni tako, da se glasi:

»6.

(3)Izdajatelji drugih tiskanih in elektronskih medijev v neposredni ali posredni večinski javni lasti morajo zagotoviti vsem organizatorjem enake pogoje za objavljanje volilnih propagandnih sporočil, s pravili iz prvega odstavka tega člena pa morajo zagotoviti enakopravnost organizatorjem volilne kampanje pri predstavitvi kandidatov in njihovih programov.«

## **3. člen**

Za 6. členom se doda novi 6.a člen, ki se glasi:

»6.a člen

Vsi izdajatelji medijev morajo enakopravno razdeliti medijski prostor za vse kandidatne liste, ki kandidirajo na volitvah. Razdelitev medijskega prostora mora biti uravnotežena in poštena ter ne sme diskriminirati nobenega kandidatnega subjekta. Po ključu žrebanja za posamezna predvolilna soočenja, na katerem je potrebno omogočiti prisotnost pooblaščenih oseb vsake od kandidatnih list, ki kandidira na volitvah, mora biti nudena enaka možnost medijskega prostora za vse kandidatne subjekte.«

## **4. člen**

V Zakonu o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/2007, 103/2007, 11/2011, 28/2011, 98/2013, 10/2014 – odločba US, 83/2014, 29/2015 – odločba US, 54/2015, 68/2015 – odločba US, 93/2015 – ZVKD-1G, 58/2016, 27/2017 – odločba US, 41/2017 – odločba US, 33/2018 – odločba US, 13/2019, 19/2020 – ZNOrg, 10/2021) se prvi odstavek 34. člena spremeni tako, da se glasi:

»34. člen

(1) Z globo od 10.000 do 20.000 eurov se kaznuje za prekršek izdajatelj medija, ki:

- objavi raziskavo javnega mnenja ali anketo o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju v času volilne oziroma referendumske kampanje, ne da bi navedel podatke iz prvega odstavka 5. člena tega zakona;



- objavi raziskavo javnega mnenja ali anketo o kandidatih, listah kandidatov in političnih strankah v času od 30 dni pred dnevom glasovanja do zaprtja volišč na dan glasovanja, o referendumskem vprašanju pa v času od 24 ur pred dnevom glasovanja do zaprtja volišč na dan glasovanja (drugi odstavek 5. člena).

## 5. člen

V Zakonu o volilni in referendumski kampanji (Uradni list RS, št. 41/2007, 103/2007, 11/2011, 28/2011, 98/2013, 10/2014 – odločba US, 83/2014, 29/2015 – odločba US, 54/2015, 68/2015 – odločba US, 93/2015 – ZVKD-1G, 58/2016, 27/2017 – odločba US, 41/2017 – odločba US, 33/2018 – odločba US, 13/2019, 19/2020 – ZNOrg, 10/2021) se prvi odstavek 35. člena spremeni tako, da se glasi:

### »35. člen

(1) Z globo od 10.000 do 45.000 eurov se kaznuje za prekršek izdajatelj medija, ki:

- Ne sprejme ali ne objavi pravočasno pravil ali ravna v nasprotju z objavljenimi pravili iz 6. člena tega zakona;
- ne zagotavlja enakih pogojev oziroma ne zagotavlja enakopravnosti v skladu s tretjim odstavkom 6. člena in 6.a člena tega zakona;
- Ravna v nasprotju s prvim odstavkom 7. člena tega zakona.

## KONČNA DOLOČBA

### 6. člen

(Začetek veljavnosti)

Ta zakon začne veljati petnajsti dan po objavi v Uradnem listu Republike Slovenije.

## III. OBRAZLOŽITEV ČLENOV

### 1. Obrazložitev 1., 2. in 3. člena predloga Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o volilni in referendumski kampanji:

Tovrstna sprememba, ki jo narekujejo navedeni trije členi omogoča, da se bodo volivci neprimerno bolj osredotočili na programe in predstavitve kandidatov, strank in list namesto, da bi bili pod morebitnim vplivom medijskih manipulacij oziroma pristranskosti. Prav tako zagotavljajo enakopravno obravnavo vseh kandidatov, strank in list v predvolilnem času ter

preprečuje arbitrarno razdelitev medijskega prostora v predvolilnih soočenjih. Navedeni trije člani zasledujejo tudi načelo poštenih in svobodnih volitev, ki je zajeto v 1. členu in določbe drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije, ki nalagajo, da morajo biti vsi kandidati in stranke obravnavani enakopravno, brez diskriminacije in neenakopravne obravnave, medijske informacije pa morajo biti objektivne in nevtralne, brez namernega pristranskega poročanja ali podpore določenim kandidatom, strankam ali listam. Vsi trije člani torej zagotavljata enakopravno razdelitev medijskega prostora, kar pomeni, da imajo vsi kandidati enake možnosti za predstavitev svojih programov in idej volivcem.

Pomembno je še enkrat poudariti, da 1., 2. in 3. člen predloga zakona, zasledujejo tudi usklajenost s 1. členom Ustave Republike Slovenije, ki določa, da je Slovenija demokratična republika, z določbami drugega odstavka 3. člena Ustave Republike Slovenije, po katerem ima oblast ljudstvo, državljani pa to svojo oblast izvršujejo bodisi neposredno ali z volitvami ter z določbami drugega odstavka 80. člena Ustave Republike Slovenije, skladno s katero se poslanci volijo s splošnim, enakim, neposrednim in tajnim glasovanjem.

## **2. Obrazložitev 4. in 5. člena predloga Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o volilni in referendumski kampanji:**

4. in 5. člen predloga zakona smiselno spreminjata kazenske določbe. Z višjimi zagroženimi globami za kršitev lahko dosežemo, da se tako agencije za raziskave javnega mnenja kot mediji vzdržijo kršitev določb, ki se ne nazadnje dotikajo tudi spoštovanja ustavnih pravic in državne ureditve. S tem tako dosežemo odvratanje od kršitev, saj so stroški kršitve lahko višji od koristi, ki bi jo lahko nek medij ali agencija pridobila s kršitvijo. Po sedaj veljavnem zakonu so namreč globe za kršitve bistveno prenizke, oziroma je njihov razpon praktično zanemarljiv. Če uzakonimo spremembe, ki se nanašajo na tako pomembno ustavno in demokratično načelalo kot so poštene in svobodne volitve, je zaščita pred zlorabo ali kršitvami teh določb lahko učinkovita le, če je sorazmerna. Višina globe mora torej ustrezati morebitni kršitvi oziroma zlorabi. Povišanje glob v primeru kršitev nadalje krepi pravno državo, saj deležniki na ta način dobijo občutek, da se morebitne kršitve jemljejo resno in da obstajajo učinkoviti pravni mehanizmi, ki kršitve oziroma zlorabe preprečujejo.

## **3. Obrazložitev 6. člena predloga Zakona o spremembah in dopolnitvah Zakona o volilni in referendumski kampanji**

Zaradi pomembnosti predlaganega zakona je pomembno, da stopi v veljavo čim prej. Da zakon stopi v veljavo petnajsti dan po objavi v Uradnem listu RS, je načelna praksa.

# **IV. BESEDILO ČLENOV, KI SE SPREMINJAJO**

## **5. člen**

(1) Pri objavah raziskav javnega mnenja in anket o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju v času volilne oziroma referendumske kampanje mora zaradi zagotavljanja preglednosti in objektivnega informiranja javnosti

izdajatelj medija navesti firmo oziroma ime in priimek ter sedež oziroma naslov naročnika, plačnika in izvajalca, čas, v katerem je bila opravljena raziskava javnega mnenja oziroma anketa, način njune izvedbe, vzorec in odzivnost vprašanih, vprašalnik oziroma vprašanja in merske napake.

(2) Objava raziskav javnega mnenja in anket o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju ni dovoljena 24 ur pred dnevom glasovanja in do zaprtja volišč na dan glasovanja.

## 6. člen

(1) Izdajatelji medijev morajo najkasneje 45 dni pred dnevom glasovanja na volitvah oziroma 25 dni pred dnevom glasovanja na referendumu določiti in objaviti pravila (obseg, pogoje in način) za izrabo programskega časa oziroma časopisnega prostora za predstavitev kandidatov, političnih strank in njihovih programov oziroma predstavitev mnenj o referendumskem vprašanju.

(2) Radiotelevizija Slovenija v času volilne kampanje zagotavlja programski čas predstavitvi kandidatov oziroma mnenj o referendumskem vprašanju v skladu s tistimi določbami zakona, ki ureja Radiotelevizijo Slovenije, ki urejajo politično propagando v programih Radiotelevizije Slovenija.

(3) Izdajatelji drugih tiskanih in elektronskih medijev v neposredni ali posredni večinski javni lasti morajo zagotoviti vsem organizatorjem enake pogoje za objavljanje volilnih propagandnih sporočil, s pravili iz prvega odstavka tega člena pa morajo zagotoviti enakopravnost organizatorjem volilne kampanje pri predstavitvi kandidatov in njihovih programov, pri čemer se lahko predvidijo posebni termini ali prostor za politične stranke, ki so že zastopane v državnem zboru ali za politične stranke in kandidatne liste, ki so že zastopane v predstavniških organih lokalnih skupnosti, in posebni termin ali prostor za politične stranke in kandidatne liste, ki še niso zastopane v državnem zboru oziroma v predstavniških organih lokalnih skupnosti.

## 34. člen

- (1) Z globo od 1.500 do 3.000 eurov se kaznuje za prekršek izdajatelj medija, ki:
- objavi raziskavo javnega mnenja ali anketo o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju v času volilne oziroma referendumске kampanje, ne da bi navedel podatke iz prvega odstavka 5. člena tega zakona;
  - objavi raziskavo javnega mnenja ali anketo o kandidatih, listah kandidatov, političnih strankah in o referendumskem vprašanju v času od 24 ur pred dnevom glasovanja do zaprtja volišč na dan glasovanja (drugi odstavek 5. člena).

(2) Z globo od 350 do 650 eurov se kaznuje odgovorna oseba izdajatelja medija, državnega organa ali lokalne skupnosti, ki kot izdajatelj medija stori prekršek iz prejšnjega odstavka.

### 35. člen

(1) Z globo od 1.500 do 4.500 eurov se kaznuje za prekršek izdajatelj medija, ki:

- ne sprejme ali ne objavi pravočasno pravil ali ravna v nasprotju z objavljenimi pravili iz 6. člena tega zakona;
- ne zagotavlja enakih pogojev oziroma ne zagotavlja enakopravnosti v skladu s tretjim odstavkom 6. člena tega zakona;
- ravna v nasprotju s prvim odstavkom 7. člena tega zakona.

(2) Z globo od 350 do 650 eurov se kaznuje odgovorna oseba izdajatelja medija, državnega organa ali lokalne skupnosti, ki kot izdajatelj medija stori prekršek iz prejšnjega odstavka.