

Predlogi za dopolnitev naših zahtev o reformi volilne zakonodaje

Volilno reformo ne smemo reducirati zgolj na vprašanje volilnega sistema.

Prvenstvena zadeva je kandidacijski postopek in volilna kampanja.

Ne samo zaradi zaporedja, ker se volilni postopki pravzaprav začnejo s kandidiranjem, ampak ker sta

- **dostopen sistem kandidiranja pod enakimi kriteriji**

in

- **enakopravnost posameznikov ali list v volilni kampanji** osnova in temelj, ne glede kakšen volilni sistem imamo pred seboj ali pa ga bomo imeli v bodoče.

Menim, da bi bilo to nujno vključiti v reformo volilne zakonodaje oz. v seznam naših ključnih zahtev!

Opomba:

Sprememba ZVRK je vsaj glede glasovanja lažja kot sam volilni zakon saj se o njem glasuje z navadno večino. A sam ne bom tega dosegel in tudi v KNSL (Koordinaciji neparlamentarnih strank in list) je malo posameznikov, ki bi se angažirali, a veliko ki bi debatirali o »svemu svaštem«

Težje kot sam volili sistem pa bo sploh odpreti to temo, (»uvrstiti na dnevni red« / morda tudi tu) saj je še bolj tabuizirana s strani etabliranih političnih centrov in njihovih dominantnih medijev, kot sama razprava o volilnih sistemih!

Opomba:

Obdobje pred uradno kampanjo (ravno to kar sem izkusil na lastni koži) je ključni instrument vplivanja na volilni izid. In ni od »danes«. Vseh zadnjih 30 let. In ne samo pri nas. Spomnimo se na film Vitaly Manasky-ega »Putinove priče«. Vse se je zgodilo pred uradno kampanjo. Imenovani se soočenj v uradni kampanji sploh ni hotel udeleževati.

Reforma bi morala vključevati zahtevo:

- da **tudi zasebni mediji** (npr. ravno omenjeni 24UR POP TV je najbolj gledana pol. informativa oddaja) **dolžni spoštovati načelo enakopravne obravnave**, v kolikor se svobodno odločijo ali bodo spremljali volitve

in

- **pravila naj bi se nanašala tudi v obdobje od razpisa do uradne kampanje**, to je v fazi najave in predstavitve kandidatov, saj se v tem času že ključno oblikuje javno mnenje.

To je tudi empirično dokazljivo.

To etablirani politični centri prav dobro vedo (!), zato je to prvovrstna tabu tema o kateri se ne piše in govori.

Bila sta dva poskusa v tej smeri: amandmaji na ZVRK novembra 2013 in letos maja meseca v DZ. Celo varuhinja pravic gledalcev in poslušalcev se je čudila, da na javni RTV SLO, torej celo iz njihove javne hiše o tem niti besede.

Argumentacija za nujno reformo zakona o volilni kampanji:

Sam se vključil v tekmo za predsedniške volitve s kandidaturo stranke Nova socialdemokracija tudi zato, da preizkusimo / testiramo obstoječi sistem – predvsem iz vidika zagotavljanja enakopravnosti kandidatov v fazi najave in predstavitve programov.

Prakticiranje neenake obravnave je osupljiva, zato se je spuščanje v tekmo ob takih različnih standardih povsem nesmiselno, čeprav smo v stranki preko aktivacije ca. 300 članov in somišljenikov (kateri vsak naj bi pridobil še 10 podpisnikov) v prvi tretjini časa zbiranja podpor (do 1. septembra) prišli čez tretjino potrebne kvote.

Druga analiza, ki se je nanašala na prisotnost v dominantnih medijih pa je bila tudi usodna za nadaljevanje, saj sem z enakopravno obravnavo v le-teh že v začetku pogojeval svojo kandidaturo. Bi že prej prekinil, če me ne bi kolegi v stranki spodbujali še naprej.

Analiza moje prisotnosti v dveh dominantnih medijih: RTV SLO in PRO-PLUS

- najava kandidature 15. julija po mailu stranke (s priloženim obsežnim programom): oba medija – nič sekund
 - predstavitvena tiskovna konferenca 18. avgust 2022 :
 - PRO-PLUS 24 UR in Svet na kanalu A – nič sekund (le na internetni strani povzetek STA-ja)
 - RTVSLO: radijski Dogodki in odmevi – nič sekund. TV poročila vključno z Odmevi: kratka informacija o kandidaturi od 20 – 30 sekund.
- V vseh teh oddajah nikjer predhodne najave dogodka na začetku in tudi v Odmevih brez povabila v oddajo, kar je bilo značilno za mnoge druge kandidate.

Razlikovanje se bo v zasebnih medijih (ki so iz leta v leto vplivnejši) nadaljevalo tudi v času uradne kampanje, saj jih nič ne zavezuje !

Test prepoznavnosti:

Uspeli smo kontaktirati s približno stotimi naključnimi volivci (vzorec je res majhen in metodologija pomanjkljiva) in ugotovili, da kar 40 od njih 1. septembra sploh ni vedela, da kandidiram.

In še primerjalni podatek:

Vse do konca preteklega tedna sem bil v dominantnih medijih suma sumarum omenjen največ eno minuto.

Nataša Pirc Muser kolikor smo uspeli sešteti njeno pojavnost pa vsaj 100 minut. Torej razmerje 1: 100. (tu seveda niso štete številne revije v katerih je imela intervjuje in drugo)

Zato še malo tovrstne »empirike za nazaj«:

Zanimiva je bila primerjava med listo Marjana Šarca in Dobro državo za evropske volitve, ki smo jo takrat izvedli v okviru Koordinacije neparlamentarnih stranki n list (KNSL).

Spet govorimo o obdobju pred uradno kampanjo in omenjenih dominantnih medijih! Podoben rezultat: Dobri državi je bilo pred uradno kampanjo namenjenih borih 30 sekund (v prvem Dnevniku RTVSLO v petek ob 13 uri), lista Marjana Šarca pa celo v času, ko se sploh ni imel kandidatov prisoten v medijih več kot 100 minut.

Taka razlikovanja v promociji enih in drugih v obdobju pred uradni kampanjo pa so pravzaprav od nekdaj po mojem ključni način usmerjanja, instrument tako imenovane dirigirane demokracije.

S temi podatki, ki sem jih navedel oz. primerjavami bomo seznanili tudi parlamentarno Komisijo za človekove pravice in enake možnosti

in upam, da bo to temo uvrstila tudi naša skupina med ključne točke zahtevane reforme volilne zakonodaje

Lep pozdrav vsem

Andrej Magajna