



REPUBLIKA HRVATSKA  
DRŽAVNO IZBORNO POVJERENSTVO  
REPUBLIKE HRVATSKE

KLASA: 013-03/16-01/38  
URBROJ: 507/20-16-16

Zagreb, 7. rujna 2016.

P R I O P Ć E N J E  
IZBORNIM SUDIONICIMA I MEDIJIMA  
O OBVEZI POŠTIVANJA IZBORNE ŠUTNJE

Zakonom o izborima zastupnika u Hrvatski sabor ("Narodne novine", broj 66/15 – pročišćeni tekst i 104/15-Odluka i Rješenje Ustavnog suda Republike Hrvatske, broj: U-I-1397/2015 od 24. rujna 2015., dalje u tekstu: Zakon), u članku 28. stavku 2. propisano je da se na dan održavanja izbora do zatvaranja birališta, kao i 24 sata prije dana održavanja izbora, zabranjuje svaka izborna promidžba, objavljivanje procjena izbornih rezultata, kao i objavljivanje prethodnih, neslužbenih rezultata izbora, objavljivanje fotografija u sredstvima javnog priopćavanja, izjava i intervjua kandidata, te navođenje njihovih izjava ili pisanih djela.

Iako Zakon ne sadrži izričito definiciju izborne promidžbe, smatra se da izborna promidžba predstavlja skup radnji koje poduzimaju izborni sudionici u svrhu javnog predstavljanja i obrazlaganja svojih izbornih programa biračima.

Državno izborno povjerenstvo Republike Hrvatske, a imajući u vidu prijave sudionika u izbornom postupku te birača kao i iskustva iz prethodnih izbora, ponovno upućuje sudionike izbora za zastupnike u Hrvatski sabor, koji će se održati 11. rujna 2016., da poštuju izbornu šutnju te da u vrijeme izborne šutnje, ne obavljaju izbornu promidžbu, a naročito:

- objavljivanjem promidžbenih poruka u medijima, fotografija kandidata,
- postavljanjem novih promidžbenih plakata ili letaka,
- upućivanjem telefonskih poziva, sms poruka ili elektroničke pošte biračima,
- postavljanjem novih promidžbenih sadržaja poput statusa, video clipova, slika ili komentara na društvenim mrežama, kao što su Facebook, Tweeter i ostale, a koji se izravno objavljuju na naslovnica kao novosti ili na privatnim profilima povezanih privatnih korisnika društvenih mreža,

kao ni na bilo koji drugi način koji bi mogao utjecati na zakonom zajamčenu slobodu opredjeljenja birača.

Nakladnici medija dužni su u vrijeme izborne šutnje ukloniti iz svojih programskih sadržaja sve što predstavlja izbornu promidžbu, kao što su primjerice reklame, linkovi i slikovni link-oglasni („banneri“) na portalima koji vode na internetske stranice izbornih sudionika.

S poštovanjem,



**PREDSJEDNIK**  
**Branko Hrvatin, dipl. iur.**