



# ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOME PROCESU

Smjernice za  
izborne sudionike







Dr. Suad Arnautović

# ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOME PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE SUDIONIKE –

Sarajevo, studeni 2020.

## ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE SUDIONIKE

**Izdavač:** Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine,  
Danijela Ozme br. 7, 71000 Sarajevo, telefon: 033/251 300,  
faks: 033/251 329, e-mail: kontakt@izbori.ba,  
mrežna stranica: www.izbori.ba

**Za izdavača:** Željko Bakalar, predsjednik

**Autor/ Urednik izdanja:** dr. Suad Arnautović

**Stručni suradnik na izradbi publikacije:** Goran Mišković, generalni tajnik Tajništva Središnjega  
izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine

**Recenzent:** Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm

**DTP:** Grafomark d.o.o. Laktaši

**Tisak:** Jelena Milinčić

**Naklada:** 320 kom.

CIP - Katalogizacija u publikaciji  
Nacionalna i univerzitetska biblioteka  
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.774:004]:342.8(497.6)

### ARNAUTOVIĆ, Suad

Uloga društvenih medija u izbornome procesu : smjernice za izborne sudionike /  
Suad Arnautović. - Sarajevo : Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine = Središnje  
izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine, 2020. - 115 str. : ilustr. ; 25 cm

Tekst na hrv. jeziku. - Bilješka o autoru: str. 113-115. - Bibliografija: str. 112 ; bibliografske  
i druge bilješke uz tekst.

ISBN 978-9958-555-63-3

COBISS.BH-ID 41660934

*Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je zaključkom s 60. sjednice, od 2. listopada 2020. godine, odobrilo publikaciju "Uloga društvenih medija u izbornome procesu – Smjernice za izborne sudionike".*

***Izrazi pisani u jednom rodu odnose se bez diskriminacije na oba spola.***

**Ovo izdanje je publicirano zahvaljujući financijskim sredstvima Vijeća Europe. Stajališta izražena u ovoj publikaciji ni na koji način ne odražavaju službeni stav Vijeća Europe.**

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

**Publikacija se distribuira besplatno!**

**Publikaciju u cijelosti ili pojedinim dijelovima, zabranjeno je umnažati i distribuirati bez odobrenja  
Središnjega izbornog povjerenstva BiH.**

## SADRŽAJ

|                                                                                                                                             |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Riječ predsjednika Središnjega izbornog povjerenstva BiH .....                                                                              | 4          |
| Riječ predstavnika Vijeća Europe.....                                                                                                       | 6          |
| 1. UVOD - DRUŠTVENI MEDIJI I IZBORI – JE LI POTREBAN NORMATIVNI OKVIR ZA UREĐENJE<br>DIGITALNE IZBORNE KAMPANJE U BOSNI I HERCEGOVINI?..... | 7          |
| 2. ZNAČAJ DRUŠTVENIH MREŽA U IZBORNOME PROCESU .....                                                                                        | 9          |
| 3. POJAM DRUŠTVENIH MREŽA .....                                                                                                             | 14         |
| 4. PET ZABLUDA O DRUŠTVENIM MEDIJIMA U IZBORIMA.....                                                                                        | 15         |
| 5. VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA.....                                                                                                              | 16         |
| 5.1 Facebook .....                                                                                                                          | 16         |
| 5.2 Twitter.....                                                                                                                            | 17         |
| 5.3 Instagram .....                                                                                                                         | 17         |
| 5.4 YouTube.....                                                                                                                            | 17         |
| 5.5 Vimeo.....                                                                                                                              | 17         |
| 5.6 Snapchat.....                                                                                                                           | 18         |
| 5.7 TikTok.....                                                                                                                             | 18         |
| 5.8 Blogovi (na svim platformama, uključujući WordPress).....                                                                               | 18         |
| 5.9 LinkedIn .....                                                                                                                          | 18         |
| 5.10 Google+ .....                                                                                                                          | 19         |
| 5.11 Razmjena poruka putem mobilnih uređaja .....                                                                                           | 19         |
| 5.11.1 Viber .....                                                                                                                          | 20         |
| 5.11.2 WhatsApp .....                                                                                                                       | 20         |
| 5.11.3 Signal.....                                                                                                                          | 20         |
| 5.11.4 Telegram .....                                                                                                                       | 20         |
| 5.12 Softver za nadzor društvenih medija .....                                                                                              | 21         |
| 6. DRUŠTVENE MREŽE U IZBORNOM PROCESU .....                                                                                                 | 22         |
| 7. MEĐUNARODNA ISKUSTVA .....                                                                                                               | 26         |
| 7.1 Smjernice za analizu izbornoga pravnog okvira (OSCE/ODIHR) .....                                                                        | 26         |
| 7.1.1 Jednak tretman i pristup medijima .....                                                                                               | 26         |
| 8. UPORABA DRUŠTVENIH MREŽA U IZBORNE SVRHE .....                                                                                           | 31         |
| 8.1 Praksa Suda Bosne i Hercegovine.....                                                                                                    | 31         |
| 8.2 (Zlo)uporaba društvenih mreža u BiH – praksa Suda BiH .....                                                                             | 38         |
| 9. ZAKLJUČAK .....                                                                                                                          | 91         |
| 10. SMJERNICE ZA IZBORNE SUDIONIKE.....                                                                                                     | 93         |
| 11. PRILOZI.....                                                                                                                            | 99         |
| Prilog 1 – Pregled najpopularnijih društvenih mreža u svijetu .....                                                                         | 99         |
| Prilog 2 - Društvene mreže: Pet načina kako ih pametno upotrijebiti.....                                                                    | 99         |
| Prilog 3 - Okvirni Izborni etički kodeks političkih subjekata koji sudjeluju<br>na Lokalnim izborima 2020.godine.....                       | 102        |
| Prilog 4 - Sigurnost na internetu – zaštitite svoje podatke.....                                                                            | 104        |
| Prilog 5 - Kolika je snaga društvenih mreža u izbornom procesu u BiH?.....                                                                  | 106        |
| 12. LITERATURA .....                                                                                                                        | 112        |
| 13. BILJEŠKA O AUTORU .....                                                                                                                 | 113        |
| 14. ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE.....                                                           | 116        |
| <i>THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ELECTORAL PROCESS – GUIDELINES FOR ELECTION STAKEHOLDERS .....</i>                                           | <i>118</i> |

## Riječ predsjednika Središnjega izbornog povjerenstva BiH

*Publikacija „Uloga društvenih medija u izbornome procesu – Smjernice za sudionike na izborima“ je prvo izdanje ove vrste od strane Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine te je izdanje koje regulira ili pokušava usmjeriti izborne sudionike u smjeru ispravne i zakonite uporabe društvenih mreža u izbornome procesu.*

*Naime, materija uporabe društvenih mreža u izbornom procesu nije detaljnije definirana Izbornim zakonom Bosne i Hercegovine kao ni ijednim drugim zakonom, osim što se u Poglavlju 7 „Pravila ponašanja u izbornoj kampanji“ ograničava kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi neovisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija kao i neovisnim kandidatima i njihovim pristalicama te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izbornoj administraciji uporaba jezika koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje, širenje mržnje ili objavljivanje i uporaba fotografija, simbola, zvučnih zapisa i videozapisa, SMS poruka, internet komunikacije ili drugih materijala koji mogu tako djelovati.*

*Ovo je jedna široka zakonska definicija koju mi, koji radimo u izbornoj administraciji, označujemo sintagmom „jezik mržnje“. Prema toj zakonskoj odredbi svim naprijed nabrojanim sudionicima izbornoga procesa zabranjuje se uporaba „jezika mržnje“ putem različitih oruđa, pa i putem internet komunikacije, odnosno uporabom, najšire gledano, društvenih mreža u izbornom procesu. U tom kontekstu, nadam se kako će ova publikacija biti od koristi svim sudionicima na izborima, svim zainteresiranim stranama, počevši od političkih stranaka, odnosno političkih subjekata, što podrazumijeva sve one naprijed nabrojane političke sudionike pa i pristalice političkih stranaka, kandidate, liste neovisnih kandidata, liste pripadnika nacionalnih manjina kada se vrše izbori na lokalnoj razini, koalicija, neovisnih kandidata i njihovih pristalica kao i zaposlenih ili povremeno angažiranih za rad u izbornoj administraciji. Ova publikacija im može pomoći u još boljem i širem sagledavanju značaja društvenih mreža u izbornome procesu te put u kojem smjeru bi trebala ići zakonska uporaba društvenih mreža u izbornom razdoblju i tijekom izborne kampanje.*

*Ova publikacija je, možemo reći „došla u pravo vrijeme“ jer je pojava pandemije COVID-19 i nametnuti lockdown otvorio i jednu drugu dimenziju društvenih odnosa i potrebe za održavanjem demokratskih procesa preko uporabe društvenih mreža u situaciji kada se mora držati društvena distanca i kada sudionici na izborima ne mogu raditi tradicionalne oblike izbornih kampanja, utjecaja na birače, komunikacije s biračima te tradicionalne aktivnosti u kampanji kao što su akcije „od vrata do vrata“, aktivnosti GOTV („izadite i glasujte“) i tako dalje. I na iskustvu Lokalnih izbora u BiH 2020. godine se vidjelo kako u takvim situacijama društvene mreže imaju široki raspon moguće uporabe i jako je važno polako, korak po korak, inicirati usvajanje zakonske i podzakonske*

regulative koja će utvrditi točnu granicu između uporabe i zlouporabe društvenih mreža u izbornom procesu. Kao što je i navedeno u ovoj publikaciji najveća opasnost za zlouporabu društvenih mreža se kreće u polju informiranja, ispravnoga i točnoga informiranja s jedne strane, te dezinformiranja, odnosno postavljanja lažnih vijesti, otvaranja „lažnih profila“ na društvenim mrežama kao i lažnoga predstavljanje te ostvarivanja „lažne komunikacije“. Ova je publikacija prvi korak koji može pomoći u tom smjeru.

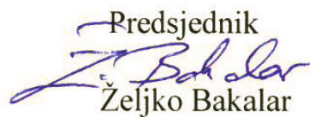
Dakle, još uvijek smo u tom smislu u Bosni i Hercegovini na početku, ali se nadam kako će ova publikacija biti od velike koristi svim sudionicima izbornoga procesa u Bosni i Hercegovini, kao i analitičarima, medijima, različitim komentatorima te svima onima koje zanima uloga društvenih mreža u izbornom procesu.

Još bih jednu stvar htio istaknuti. Naime, u Poglavlju 16. Izbornoga zakona BiH, „Mediji u izornoj kampanji“ u članku 16.14 propisana je zabrana vođenja plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija ili bilo kojega drugog plaćenog javnog oglašavanja tako da se ova odredba u smislu donošenja odluka od strane Središnjega izbornog povjerenstva BiH primjenjuje kod sankcioniranja političkih subjekata, koji putem svojih Facebook profila ili drugih društvenih mreža te aplikacija kao što je YouTube rabe plaćeno javno oglašavanje prije službenoga početka izborne kampanje. U tom smislu u dosadašnjem iskustvu Središnjega izbornog povjerenstva BiH, a posebno za Lokalne izbore 2020. godine, do dana pripreme ove publikacije za tisak, imali smo ukupno 58 odluka o sankcioniranju političkih subjekata po tom temelju, od kojih je Sud Bosne i Hercegovine potvrdio 14, a u 3 slučaja poništio odluke Središnjega izbornog povjerenstva BiH i predmet vratio Središnjem izbornom povjerenstvu BiH na ponovno odlučivanje.

I ova iskustva iz sudske prakse u Bosni i Hercegovini, a u ovoj publikaciji su neki predmeti i navedeni, bit će od koristi svim sudionicima u izbornom procesu.

Još jednom bih želio zahvaliti Vijeću Europe na finansijskoj podršci za tiskanje i izdavanje ove publikacije.

U Sarajevu 30. studenoga 2020.

Predsjednik  
  
Željko Bakalar



## **Riječ predstavnika Vijeća Europe**

### ***Uloga društvenih mreža u izbornome procesu – smjernice za sudionike u izbornom procesu (zainteresirane strane)***

*Pravo na slobodne i pravedne izbore zajamčeno je prema Konvenciji o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda. To je temeljno pravo i demokratska zaštita protiv bilo kakve zlouporabe političke moći. Građani moraju biti u mogućnosti slobodno birati između različitih političkih opcija bez straha od represije.*

*U posljednjim desetljećima pojavili su se novi načini komunikacije koji su postupno doveli do novog načina prakticiranja političkih i vođenja izbornih kampanja (online, odnosno internetsko oglašavanje, automatizirana provedba kampanje, profiliranje i ciljano obraćanje ljudima (targetiranje) itd.). Društveni mediji i digitalne platforme zauzeli su svoje mjesto u životima građana. Tehnološka evolucija, povezivanje sve većeg broja ljudi, a u zadnje vrijeme i predmeta, znači da društvene mreže žive pored nas od početka do kraja svakog dana.*

*U demokratskom društvu, uloga društvenih medija vodi ka stalnom novom propitivanju u svjetlu naših društava koja se razvijaju velikom brzinom. Konkretno, javljaju se i novi izazovi za demokraciju i integritet izbornih procesa, kao i zabrinutost u pogledu uloge društvenih medija tijekom izborne kampanje, a posebno u razdoblju izborne šutnje prije dana izbora, kao i za druga značajna pitanja u demokratskim društvima, kao što je borba protiv govora mržnje, borba protiv svih vrsta diskriminacije i rodni stereotipa (generaliziranih uvjerenja o tipičnim karakteristikama žena ili muškaraca) te osiguranje pristupa informacijama građanima koje se temelje na činjenicama i koje su objektivne.*

*Svrha ovoga priručnika je omogućiti sudionicima u izbornom procesu bolje razmatranje pitanja u pogledu ovih novih interaktivnih tehnologija u Bosni i Hercegovini, a Direktoratu za demokraciju Vijeća Europe je zadovoljstvo, kroz svoj Izborni laboratorij (Electoral Laboratory - Eleclab) i Odjel za izbore i civilno društvo, pružiti pomoć svim sudionicima u procesu kako bi se izborni proces u Bosni i Hercegovini učinio pravednijim, inkluzivnijim, intergalnijim i transparentnijim.*

*Snežana Samardžić-Marković,  
generalna ravnateljica Direktorata za demokraciju Vijeća Europe*





biračkih odbora s ukupno oko 60.000 članova i zamjenika. Svi oni, na ovaj ili na onaj način, rabe društvene mreže kako u profesionalne svrhe, tako i u privatnoj komunikaciji. To sve govori o značaju uporabe društvenih mreža i općenito novih tehnologija u izbornom procesu. Zato se nadamo kako će ova publikacija biti od koristi svim zainteresiranim stranama u izbornome procesu u Bosni i Hercegovini.

Poseban dio publikacije predstavljaju primjeri sudske prakse u pogledu (zlo)uporabe društvenih mreža u izbornom procesu. Tu naročito mislimo na preuranjenu izbornu kampanju i plaćeno tj. sponzorirano oglašavanje putem društvenih mreža prije otpočinjanja službene izborne kampanje.<sup>2</sup>

Neki primjeri, kako i u kojem vremenu ne treba rabiti društvene mreže, mogu biti od koristi kandidatima i političkim subjektima u svrhu propagiranja kandidata i političkih subjekata. Poseban segment uporaba društvenih mreža u izbornoj kampanji odnosi se na nereguliranje tzv. govora mržnje (*hate speech*), odnosno „zapaljivog“ govora koji bi nekoga mogao izazvati ili navesti na poduzimanje sile.

\* \* \*

<sup>2</sup> U vrijeme pripreme za ovu publikaciju koalicija nevladinih organizacija “Pod lupom” je objavila drugo preliminarno izvješće o dugoročnom promatranju Lokalnih izbora u Bosni i Hercegovini. U tim izvješćima su primjećeni slučajevi prijevremene kampanje putem društvenih mreža, o tome više vidjeti na <https://podlupom.org/v2/bs/clanak/konacni-izvjestaj-2014/124>.

## 2. ZNAČAJ DRUŠTVENIH MREŽA U IZBORNOME PROCESU

Od listopada 2020. godine više od polovine svih ljudi na Zemlji rabi društvene mreže. Najnoviji podatci pokazuju kako 4,14 milijarde ljudi širom planeta danas rabi društvene mreže, što je gotovo 53% ukupne globalne populacije. Drugim riječima, to znači da danas više ljudi na svijetu rabi društvene mreže nego što je broj onih koji ne rabe društvene mreže. Ovaj podatak je utoliko impresivniji kad uzmemo u obzir kako većina medija ograničava uporabu svojih platformi na osobe starije od 13 godina. Zapravo, najnoviji brojevi pokazuju da gotovo dvije trećine (68%) ukupne svjetske populacije koja 'ispunjava uvjete' sada rabi društvene mreže. Broj korisnika širom svijeta porastao je za više od 12% tijekom posljednjih 12 mjeseci, a prosječno više od milijun ljudi prvi je put počelo rabiti društvene mreže svaki dan od ovog razdoblja prošle godine. U razdoblju od srpnja do rujna 2020. godine više od 180 milijuna ljudi je počelo prvi puta rabiti društvene medije, što znači da je u prosjeku bilo skoro dva milijuna novih korisnika društvenih mreža svaki dan.

S više od 450 milijuna novih korisnika od listopada 2019., što znači gotovo 14 novih korisnika svake sekunde, sugerira kako broj korisnika danas raste još brže nego što je bio u istom razdoblju prošle godine. Tipični korisnik društvenih mreža ima registriran račun na gotovo devet različitih platformi društvenih mreža i svakodnevno provodi u prosjeku 2 sata i 22 minute rabeći društvene mreže.<sup>3</sup>

Prema tome, nije teško zaključiti kako se razvoj društvenih medija enormno ubrzao posljednjih godina. Primjeri uporabe društvenih mreža u izbornom procesu, posebno u izornoj kampanji, su bezbrojni, počevši od japanskih parlamentarnih izbora 2013., kada je istaknuta uporaba društvenih medija u izborima prvi put u povijesti Japana; u Ujedinjenom Kraljevstvu za vrijeme izbora 2015.; za vrijeme izbora u Indiji 2014., na izborima za predsjednika SAD-a 2016. i ove 2020. godine; u kampanji za Brexit u UK; na izborima za EU u svibnju 2019. itd.

Pojavom pandemije COVID-19 uloga društvenih mreža uopće, a posebno tijekom izbornog procesa, dobila je na izuzetnoj važnosti.

Izborna administracija se, također, u sve većoj mjeri oslanja na društvene medije u izbornim ciklusima, ali istovremeno ukazuje na opasnost uporabe društvenih medija za širenje govora mržnje, dezinformiranje i glasine.

Kao prilog namjeri da se zlouporaba društvenih mreža zaustavi ili barem smanji i ograniči u ovom rukopisu će se ponuditi dokument koji smo nazvali **Smjernice za uporabu društvenih mreža u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini**, koji bi u idealnom scenariju trebale potpisati sve zainteresirane strane koje sudjeluju u izbornom

<sup>3</sup> <https://datareportal.com/social-media-users>

procesu u BiH. To se posebno odnosi na političke stranke, kandidate, političke komentatore i ostale komentatore na društvenim mrežama (blogeri), koji će prihvatiti načela koja na kraju budu utvrđena ovim Smjernicama.

Odmah treba naglasiti kako sadržaj ovih Smjernica nije Zakon, ali bi trebao biti obvezujući sporazum za potpisnike koji ga budu prihvatili u dobroj vjeri (*bona fide*) s krajnjim ciljem da se implementira želja onih koji predstavljaju većinu u našem društvu i koji bi željeli da se zaista što jasnije uredi javni prostor koji popunjavaju društvene mreže u izbornoj kampanji.

Tijekom posljednjih nekoliko godina društveni mediji na mreži počeli su igrati sve istaknutiju ulogu u načinima na koje komuniciramo. Pojavom novih i zanimljivih digitalnih platformi kao što su na primjer Facebook, Twitter, YouTube i WordPress, sredstva kojima se informacije stvaraju i konzumiraju radikalno su se promijenila. Jednosmjerni izlaz podataka iz ‘službenih izvora’ ustupio je mjesto komunikaciji koja se generira pojedinačno ili kolektivno i koju dijele mrežni korisnici koji tako postaju aktivni odašiljači informacija kao i oni pasivni korisnici.

Istovremeno, javnost (građani) sve više očekuje i zahtjeva da službena državna tijela, javna poduzeća, agencije i institucije, a posebno političke stranke imaju aktivno prisustvo na društvenim mrežama i očekuje da se informacije kojima ta javnost raspolaže prezentiraju i distribuiraju putem one društvene platforme koja je najpristupačnija prosječnom građaninu. U tom pogledu, tijela za provedbu izbora ne predstavljaju nikakvu iznimku i neupitno je kako moraju odgovoriti na promjenjivu potražnju javnosti, posebno birača i civilnoga društva, ako žele ostati relevantni i učinkoviti u svojoj misiji. Zato je jako važno da tijela za provedbu izbora u svojoj praksi primjenjuju nove tehnologije, jer time mogu, ne samo dosta dobiti, nego dosta i naučiti kako da uspješno primjene i oruđe društvenih medija za svoje svakodnevne aktivnosti, a posebno one aktivnosti propisane zakonom i podzakonskim propisima u vrijeme izborne kampanje, na dan izbora i u postizbornom razdoblju.

Zato je ova publikacija namijenjena, pored ostalog, informiranju tijela za provedbu izbora u BiH o načinima na koje se društveni mediji mogu naviknuti povećati sudjelovanje biračkoga tijela u političkom procesu, pojačati komunikaciju, povećati inkluziju biračkog tijela i poboljšati transparentnost i povjerenje u tijela za provedbu izbora tijekom cijeloga izbornog ciklusa.

Nadalje, društveni mediji igraju sve značajniju ulogu na polju informiranja birača. Tijela za provedbu izbora, stoga, trebaju rabiti društvene mreže kako bi njihova poruka došla do svakoga birača za kojega su mjerodavni, a posebno do mladih ljudi jer nije potrebno posebno naglašavati kako su mladi birači *de facto* “digitalna generacija”, odnosno kako su oni posebno aktivni na društvenim mrežama. Stoga su društveni mediji naro-

čito korisno sredstvo u naporima koje moraju činiti tijela za provedbu izbora u pogledu edukacije birača.<sup>4</sup> U digitalno doba, društvene mreže imaju potencijal postati izuzetno vrijedno i učinkovito oruđe na korist tijelima za provedbu izbora, političkim strankama i naročito za edukaciju birača.<sup>5</sup>

Posebna društvena opasnost, naročito tijekom izbornog procesa, jest zlouporaba društvenih mreža, postavljanjem lažnih vijesti (*fake news*), napadnih i zapaljivih komentara putem lažnih profila i mreže kolokvijalnog naziva „ljudski botovi“. Zajedničko svim zlouporabama je ostvarenje neke vrste koristi, i to: izravno, financijske, povećanjem broja pratitelja nekog influencera ili političkog kandidata uz prodaju reklama na stranicama; ili neizravno, financijske ili materijalne koristi u trci za svaki glas birača, za što služe servisi za prodaju pratitelja *fanova* kojim se „prodaje“ kandidat i njegov program.

Poseban smjer je svjesno postavljanje dezinformacija (*disinformation*), kao i izostavljanje bitnih informacija za javnost (*misinformation*).<sup>6</sup> Dosadašnja iskustva ukazuju kako je npr. uporaba društvenih mreža u političkoj kampanji u posljednjih desetak godina izuzetno napredovala, a Facebook je tu najznačajniji. Uobičajeno je korištenje Facebook *fanpage*-a kao službenog profila kandidata, ali se, također, stvara i niz lažnih profila koji u pravilu služe za vođenje negativne kampanje tj. degradiranje političkih konkurenata. U tom kontekstu uloga „ljudskih botova“ ili „internet agenata“, kako ih neki nazivaju, jest dijeljenje, lajkanje, dislajkanje i objavljivanje komentara sukladno komunikacijskoj strategiji njihove političke opcije, odnosno kampanje na društvenim mrežama. Danas ne postoji niti jedna objava na portalima i društvenim mrežama, neovisno radi li se o političkoj poziciji ili opoziciji, a da ne prođe bez znatnog broja komentara od strane „botova“ pojedinih političkih subjekata. Time se nastoji stvoriti javno mnijenje, afirmativno ili negativno, o nekom političkom subjektu, tj. političkom programu i/ili kandidatu.

Zato je i odgovor na pitanje postavljeno u naslovu ovog uvoda – DA, potrebno je proširiti narativni okvir za preciznije uređenje digitalne izborne kampanje jer ta vrsta kampanje sve više zauzima prostor u političkom djelovanju što zahtjeva i dodatnu regu-

<sup>4</sup> Središnje izborno povjerenstvo BiH je na svojoj 67. sjednici, održanoj 15. 10. 2020. godine, usvojilo dokument pod nazivom: „Strategija edukacije birača u Bosni i Hercegovini 2020. - 2023“, kao i prateći Akcijski plan.. Radi se o tome da je SIP BiH po prvi puta usvojio ovakvu vrstu dokumenta.

<sup>5</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>6</sup> Ovdje treba razlikovati dva slična pojma u engleskom jeziku, koja suštinski imaju različita značenja: **Misinformation** i **Disinformation**. **Misinformation** – mogli bismo opisati sintagmom lažne informacije koje se šire, a da nemaju od strane pošiljaoca svjesnu namjeru zavaravanja recipijenata tih informacija. S druge, pak, strane pojam **disinformation** – dezinformacije, mogli bismo opisati kao lažne informacije koje se svjesno i planski šire, na primjer o vojnoj snazi ili planovima neke zemlje, koje vlada ili obavještajna agencija druge zemlje svjesno širi kako bi postigla taktičku prednost u polju političke subverzije. Također, ovaj pojam se općenitije rabi u značenju „namjerno obmanjujuće ili pristrane informacije; manipulirani narativ ili činjenice; propaganda.“ O ovome preciznije vidjeti u: <https://www.dictionary.com/e/misinformation-vs-disinformation-get-informed-on-the-difference/>. Posjećeno 19. 10. 2020. u 11,50 sati.

laciju ponašanja. Pri tome, jako je važno izbjeći zamku da država dodatno, pod opravdanim zahtjevom za uređenje ovoga područja, ne vrši „discipliniranje“ političkih stranaka i pokuša ograničiti slobodu njihovog djelovanja. NE! To ne smije biti cilj zakonodavcu, nego potpuno suprotno. Cilj mora biti osvajanje novih prostora slobodnog izražavanja političke volje, slobode mišljenja i govora u digitalnom svijetu. Zato, normativno uređenje ovoga područja mora ići prije svega na otklanjanje dvojbi i davanje objašnjenja na pitanja koja je postavila dosadašnja praksa virtualnog političkog djelovanja.

Novija pojava je i iznenadno „rođenje“ novih portala u izbornoj godini, izbornom razdoblju ili pred sam početak izborne kampanje. Znatan broj takvih portala je bez evidencije o vlasništvu i uredništvu (*impressum*), odnosno lokaciji portala i sl. Svrha takvih portala je s jedne strane ostvarivanje zarade putem reklama, a s druge strane politički utjecaj shodno političkoj afilaciji osnivača portala. Ovi „anonimni“ portali se povezuju s više različitih Facebook stranica i tako čine tzv. „*stranačke digitalne timove*“.

Sadržaj ovih portala u najgrubljim obrisima bi se mogao rasporediti u dvije skupine, i to oni koji jednostavno preuzimaju tekstove, fotografije, video i audio zapise drugih portala i medija, s ili bez svojih komentara, te oni portali koji prevalirajuće postavljaju „*fake news*“ i dezinformacije, dakle „namjerno obmanjujuće ili pristrane informacije“ kao i *spinove*, kako bi zainteresirali svoje posjetitelje i propagandno djelovali na njih.

Nažalost, još uvijek ne postoji jasna normativno-pravna regulativa, a niti precizna razjašnjenja o tome što mrežni portali ne bi smjeli, a šta bi smjeli objavljivati, posebno u vrijeme izborne kampanje. Poglavlje 7 i Poglavlje 16, odnosno članak 16.14 Izbornoga zakona BiH, dijelom su popunili tu prazninu, ali ostaje još prostora da se kroz izorno zakonodavstvo izvrši preciziranje i detaljnije definiranje ovoga područja. Naime, pravila koja su propisana u Poglavlju 16 Izbornoga zakona BiH za elektroničke medije dobar su obrazac i temelj za detaljnije uređenje ponašanja na društvenim mrežama i internetu općenito.

Jedno od tih pitanja je okvirno reguliranje uporabe novih IT tehnologija u izbornom procesu, a posebno u izbornoj kampanji, koje služe kao oruđe pomoću kojih političke stranke komuniciraju sa svojim članovima, simpatizerima i pristalicama (digitalna kampanja). Naime, postoji niz mogućnosti u svezi s aktivnostima stranačkih digitalnih timova u uporabi tehnika za „obradbu“ biračkoga tijela, kao što je povezivanje „anonimnih“ portala koji se povezuju s više različitih Facebook stranica putem društvenih mreža, potom uporaba Instagram profila, YouTube kanala, Twitter naloga, zatvorenih Facebook grupa, uporaba više komunikacijskih kanala odnosno mobilnih aplikacija (Viber, Slack, Telegram, Whatsapp, Signal, Snapchat itd.) pomoću kojih možete pozivati svoje biračko tijelo, dijeliti audio i video zapise, dijeliti datoteke, čak se i povezati s drugim aplikacijama, itd. Sve to iziskuje potrebu za uređenjem ponašanja na mreži u vrijeme izbornoga razdoblja i izborne kampanje.

Također, postoji i više otvorenih pitanja na koja još nemamo odgovore. Na primjer, pitanje je li se stranačka adresa elektroničke pošte kojom se dostavlja pošta ili npr. stranački *newsletter* ne samo stranačkoj nomenklaturi, nego i široj populaciji, u kojem se navode aktualne aktivnosti stranke, dokumenti i izjave stranačkih dužnosnika i članova, može smatrati javnim službenim dokumentom slobodno dostupnim svakom stanovniku i biraču ili se treba smatrati internim zaštićenim dokumentom namijenjenim samo uskom krugu stranačkih članova? Naime, tijelo za provedbu izbora u prvom slučaju bi trebalo reagirati na sadržaje koji *prima facie* krše zakon i sankcionirati takvu aktivnost u razdoblju izborne kampanje, dok bi u drugom slučaju takva reakcija, vjerojatno, bila upitna.

Društvene mreže su, također, izuzetno pogodne za kreiranje mrežnih stranica stranačkih vođa. U tome, svakako, i u Bosni i Hercegovini prednjače stranice na društvenoj mreži Facebook. No, u zadnje vrijeme Twitter i Instagram su sve popularnije društvene mreže u BiH. Političke vođe u BiH na početku razvoja društvenih mreža u BiH nisu shvatile koliki politički značaj, a posebno širenje stranačke ideologije što izravno, što neizravno, imaju društvene mreže. Danas je to sasvim druga situacija i primjetno je da vođe i stranački prvaci na svim razinama stranačkoga organiziranja svoje Facebook, Twitter i Instagram naloge redovito osvježavaju i sve više izravno komuniciraju sa svojim članstvom, pristalicama, simpatizerima i općenito građanima.



### 3. POJAM DRUŠTVENIH MREŽA

Generalno promatrano, pod društvenim medijima podrazumijevamo mrežne ili mobilne platforme koje dozvoljavaju dvosmjernu interakciju putem korisnički generiranog sadržaja (User-generated content-UGC) i komunikacije. Međutim, društveni mediji nisu mediji koji potječu samo iz jednog izvora ili su emitirani iz nepokretne mrežne stranice. Oni su prije svega, mediji na određenim platformama dizajnirani kako bi se korisnicima dopustilo generiranje sadržaja i interakcija s informacijama i njihovim izvorima.<sup>7</sup>

Iako se društveni mediji oslanjaju na internet kao medij jako je važno naglasiti da se ne mogu sve mrežne stranice ili platforme po predanju smatrati društvenim medijima. Neke mrežne stranice ne predviđaju interakciju s publikom, dok druge dozvoljavaju korisnicima samo objavljivanje vlastitih komentara kao reakcije na pojedinačno publici javan sadržaj, tj. kao razgovore koji su usmjeravani i kontrolirani.

Danas postoji širok i raznolik spektar platformi društvenih medija. Među najpopularnijim su: Facebook, Facebook Messenger, Skype, Twitter, Instagram, WhatsApp, QQ, Qzone, WeChat, Google+, Tumblr, Viber, Baidu Tieba, Line, Sina Weibo, V kontakte, Snapchat itd.

Blog platforme: LinkedIn, Imgur, Youtube, Vimeo, Reddit, Quora itd.

<sup>7</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

#### 4. PET ZABLUDA O DRUŠTVENIM MEDIJIMA U IZBORIMA

Dosadašnja iskustva uporabe društvenih medija su zaokružila neke temeljne zablude u svezi s njihovom ulogom i načinom uporabe:

Prva zabluda je da su društveni mediji besplatni. Društveni mediji koštaju puno jer vam oduzimaju dosta vremena, a vrijeme je novac. Ako dosta vremena potrošite dopisivanjem i beskonačnim pretraživanjem na mreži izgubiti ćete dragocjeno vrijeme koje ste mogli uporabiti sasvim konkretno u izvršavanju korisnih poslova koji će vam donijeti novac ili neku drugu korist.

Druga zabluda je da morate biti na svakoj društvenoj platformi. NE. Vi samo trebate biti tamo gdje su vaši birači zato je jako važno analizirati svoje biračko tijelo, izvršiti njegovu segmentaciju i prema dobivenim rezultatima vršiti utjecaj putem odgovarajućih društvenih mreža.

Treća zabluda je da su društvene mreže kanali za emitiranje. NE. Društvene mreže su interaktivni kanali. One zahtijevaju dvosmjernu komunikaciju.

Četvrta zabluda je da morate pratiti objave na vašem profilima (profilu) više puta na dan. Ne. Potrebno je vaše objave pratiti dosljedno i u kontinuitetu.

Peta zabluda. Društvene mreže su odlične za pridobivanje novih birača. NE. Društvene mreže su odlične za jačanje veza s vašim postojećim biračima. Pojačajte vezu s vašim izbornim tijelom koje vas je podržalo na posljednjim izborima.

## 5. VRSTE DRUŠTVENIH MREŽA

Trenutačno popularne platforme uključuju, ali nisu ograničene na Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Bambuser, Vimeo, Blogovi, Flickr, LinkedIn i Google+. Ostale popularne platforme u odabranim zemljama ili regijama su Cloob (Iran), Orkut (Brazil, Indija), Cyworld (vrč) Koreja), Friendster (jugoistočna Azija), Grono.net (Poljska), hi5 (dijelovi Azije, srednja Afrika i Latinska Amerika), mixi (Japan), Spaces (Rusija) i Sina Weibo (kontinentalna Kina). Pored ovih platformi, postoje i razne “nadzorne ploče” dizajnirane za konsolidaciju društvenih mreža, medijske poruke i objave na raznim platformama (na primjer Threadsy, HootSuite i Buffer) i softverski programi koji pomažu u praćenju rasprave na društvenim mrežama (na primjer, Tweetdeck i Meltwater Buzz).

Svakako, ovdje se radi o onim društvenim mrežama čija je primarna namjena razmjena audiovizualnih sadržaja i informacija, a ne telefonija i dopisivanje, poput Vibera, Whatsapp, Signala ili Telegrama. U nekim dijelovima svijeta postoje i društvene mreže za koje se kod nas i ne zna, kao što su kineski QQ ili ruski V Kontakte koji respektivno imaju po 900 i 600 milijuna korisnika. Ovo ističemo samo kako bi bolje razumjeli koncept virtualnoga društvenog umrežavanja i njegovih granica koje ipak postoje. Naime, iako je internet nadteritorijalna kategorija, određene barijere kao što su jezične, kulturne i slične ipak se iz stvarnoga svijeta prenose u virtualni, kako na globalnoj razini, tako i na manjim razinama. Dakle, ukoliko vaša izborna jedinica ne obuhvaća Wuhan ili Moskvu, zaboravimo QQ ili V Kontakte i posvetimo se mrežama u kojima se kreću vaši potencijalni birači, a one se u Bosni i Hercegovini u konkretno i praktično iskoristivom smislu svode na Facebook, Instagram, Twitter i YouTube.<sup>8</sup>

Facebook je i dalje najčešće rabljena svjetska digitalna platforma, ali sada postoji šest platformi društvenih medija koji okupljaju više od milijarde aktivnih korisnika mjesečno. Četiri od ovih šest platformi su u vlasništvu Facebooka. Na temelju javno dostupnih podataka do 19. listopada 2020., 18 platformi društvenih mreža ima više od 300 milijuna aktivnih korisnika mjesečno (vidjeti Prilog 1).<sup>9</sup>

### 5.1 Facebook

Facebook je pokrenut 2004. godine, i odmah je postao vodeća svjetska društvena mreža. Pojedinci, odnosno organizacije, mogu stvoriti Facebook profil otvoren za sve korisnike ili mogu ograničiti pristup njihovoj stranici samo odabranim ‘prijateljima’ ili odabranim članovima. Facebook zahtijeva uporabu stvarnoga identiteta, ali postoji dosta primjera stranica stvorenih pod pseudonimima. Facebook je poznat po tome što je

<sup>8</sup> Brošura Tko se boji twittera još - <http://infohouse.ba/doc/brosura-hbs.pdf>

<sup>9</sup> <https://datareportal.com/social-media-users>

jednostavan za uporabu, po velikom broju trenutačnih korisnika i po sposobnosti brzoga slanja podataka putem mreža.<sup>10</sup>

## 5.2 Twitter

Twitter je stvoren 2006. godine, kao platforma za mikro bloganje na kojoj ljudi mogu objavljivati poruke ili ‘tweetove’ duge do 140 znakova. Dok neregistrirani korisnici mogu pratiti tweetove, samo registrirani korisnici (koji mogu ostati anonimni) mogu generirati tweetove. Poruke se mogu dijeliti s pratiteljima i ‘ponovno tweetati’ (podijeliti poruke drugih). Ako je neka tema popularna i često se dijeli, smatra se kako je u trendu. *Hashtagovi* (#) se koriste za praćenje razgovora. Twitter omogućuje širenje kratkih poruka velikoj publici u kratkom vremenu, ali Twitter ne nudi uslugu preuzimanja ili izradbe sigurnosnih preslika računa pa za uporabu platforme treće strane potrebno je napraviti sigurnosnu presliku ili arhivirati.<sup>11</sup>

## 5.3 Instagram

Jedna od najpopularnijih društvenih mreža Instagram stvorena je 2010. godine, a naziv je dobila spajanjem dviju riječi “instant camera” i “telegram”. Instagram je društvena mreža u kojoj je fokus na fotografijama. Ova aplikacija nudi razne mogućnosti, a radi se o novom alatu za pretraživanje koji olakšava traženje fotografija uporabom ključnih riječi i *hashtagova* (#). U 2012. godini Instagram je prodan Facebook-u za milijardu dolara. Od tada konstantno raste broj korisnika ove aplikacije. Trenutačna vrijednost Instagrama se procjenjuje na više do 100 milijardi dolara. Ova aplikacija je besplatna za kreiranje profila (naloga). Instagrama dopušta korisnicima snimanje, obradbu i dijeljenje svojih doživljaja s prijateljima, poznanicima i pratiteljima. Uporaba ove aplikacije će jako dobro doći onima koji se žele uvezati sa što više pratitelja.

## 5.4 YouTube

YouTube je stvoren u veljači 2005. godine. To je platforma za *hosting* video zapisa na kojoj korisnici mogu prenositi, pregledavati i dijeliti videozapise. Kako bi učitao videozapis, korisnik se mora registrirati, ali i neregistrirani korisnici mogu pogledati sve objavljene videozapise. Veze do YouTubea mogu se voditi s drugih društvenih platformi, poput Facebook-a i Twitter-a. YouTube je trenutačno najpopularnija dostupna platforma za razmjenu videozapisa.<sup>12</sup>

## 5.5 Vimeo

Vimeo je mrežna lokacija za *hosting* videozapisa prilagođena kratkim filmovima i

<sup>10</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>11</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>12</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

visokim rezolucijama. Za razliku od YouTubea, videozapisi objavljeni na Vimeu dostupni su za preuzimanje uporabom upute EMBED.<sup>13</sup>

## 5.6 Snapchat

Snapchat je aplikacija koja je pokrenuta 2011. godine i koju danas koristi oko 100 miliona ljudi. Ova aplikacija dopušta slanje vlastitih fotografija (*snapova*) i videozapisa koji nestaju (brišu se) deset sekundi nakon što ih pogleda osoba koja ih primi. Uz *snapove* i videozapise možete dodavati tekst i crteže prije nego pošaljete prijateljima. Također, Snapchat daje mogućnost postavljanja “*story-a*”, tj. 24-satnu zbirku fotografija i videozapisa koju možete emitirati svima ili ograničiti na samo one koji vas prate.

## 5.7 TikTok

TikTok je destinacija za videozapise stvarane mobilnim pametnim telefonima. Ti videozapisi se potom mogu dizajnirati sa specijalnim efektima, filterima, glazbom itd. Veoma lak za stvaranje personaliziranih videozapisa. Kada snimate video možete pauzirati i ponovno snimati onoliko puta koliko želite. Integrirani uređivački alati za montažu videozapisa dozvoljavaju vam lako skraćivanje, odsijecanje, spajanje i umnažanje videozapisa bez napuštanja aplikacije.

## 5.8 Blogovi (na svim platformama, uključujući WordPress)

Blogovi su virtualni prostori u kojima pojedinci ili skupina korisnika iznose svoja mišljenja ili redovito pružaju informacije. Pojmovi poput *blogger* (autor bloga), *blogging* (radnja pisanja i slanja bloga) i *blogosfera* (svijet mrežnih dnevnika) jesu uobičajeni na ovoj društvenoj mreži. Blogovi se mogu učiniti interaktivnim omogućavanjem čitatelju da postavlja pitanja blogeru ili drugim čitateljima ili da postavlja svoje komentare, stvarajući tako razgovor ili raspravu u svezi s određenom temom. Mrežne stranice blogova mogu se povezati s drugim društvenim mrežama i uglavnom se *hostiraju* na određenim mrežnim mjestima koja se mogu individualno dizajnirati. Održavanje bloga može zahtijevati i vrijeme i sredstva, ali prednosti bloga uključuju sposobnost edukacije i poticanja rasprave oko određenih tema. Blogeri često izlažu teme i vode raspravu o različitim mišljenjima i ne smatraju se uvijek točnim izvorom vijesti ili činjenica, što u velikoj mjeri ovisi o blogeru<sup>14</sup>

## 5.9 LinkedIn

LinkedIn je platforma za društveno umrežavanje profesionalaca. Postoji niz korisničkih paketa, od besplatnog osobnog profila do profila izvršnog direktora koji je dostupan uz mjesečnu naknadu. LinkedIn omogućuje razmjenu podataka i pridruživanje

<sup>13</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>14</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

grupama na temelju interesa ili stručnosti putem poziva i omogućuje korisnicima postavljanje poveznice na svoje mreže u svezi predstojećih događaja i vijesti. Osim toga, profili tvrtki ili projekta omogućuju registriranim LinkedIn korisnicima pregledavanje proizvoda i usluga te praćenje tvrtke ili organizacije kako bi bili redovito informirani o novostima.<sup>15</sup>

### 5.10 Google+

Google+ je mrežni projekt društvenih mreža pokrenut u siječnju 2012. godine za korisnike starije od 13 godina, Google+ omogućuje korisnicima svrstavanje svojih veza u skupine kako bi prilagodili informacije određenim skupinama (prijateljima, radnim suradnicima, obitelji itd.). Google+ je domaćin razgovora ima funkciju video poziva, a obje se mogu koristiti između dvije osobe ili u skupinama. Također, omogućuje korisnicima traženje područja interesa, uz redovito ažuriranje za ove odabrane grupe. Dijeljenje fotografija i videozapisa također je moguće, a organizacije ili tvrtke mogu postaviti profile i dijeliti objave. Google+ zahtijeva da pojedinci koriste svoj pravi identitet za otvaranje računa i korisnik može preuzeti preslike svog računa (uključujući sve postove i interakcije) putem Google arhiviranja.<sup>16</sup>

### 5.11 Razmjena poruka putem mobilnih uređaja

Slanje informacija putem SMS-a ili tekstualnih poruka postaje sve popularnije u područjima gdje je internetska povezanost slaba. Iako SMS ne dopušta istu razinu interakcije kao društvene mreže, to može biti koristan način širenja važnih informacija u određenim područjima koja nisu pokrivena internetom. Brojevi mobilnih telefona mogu se osobno prikupljati na stranačkim događajima (registracijom ili putem anketa za dobrovoljno prijavljivanje), putem mrežne stranice ili izravno od strane članova stranke, pristalica i simpatizera koji lokalnom stranačkom rukovodstvu dostavljaju svoj telefonski broj. Tada je potrebno formirati telefonsku listu koja će poslužiti kako za slanje SMS-ova, tako i za formiranje internih Viber ili Whatsapp grupa u područjima gdje internet komunikacija funkcionira. Nakon što se SMS-ovi pošalju, važno je da i primatelj i pošiljatelj SMS-a u razumnom roku odgovori, odnosno da se ostvari dvosmjerna komunikacija. Ako korisnik odluči isključiti primanje poruka od strane stranke, tj. pošiljatelja, postoje jednostavne opcije odbijanja SMS i MMS poruka. Izbor za odbijanje uvijek treba poštivati. SMS desktop sustavi softverski su paketi koji omogućuju korisnicima slanje SMS poruka s PC-a putem ugrađenog modema ili povezanog telefona. Desktop platforme često se mogu preuzeti besplatno.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>16</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

<sup>17</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

### 5.11.1 Viber<sup>18</sup>

Aplikacija za pametne telefone koja je u vrlo kratkom vremenskom razdoblju postala dosta raširena na našem tržištu. Viber omogućuje pozivanje i slanje SMS/MMS poruka bilo kome u bilo kojoj državi (bilo gdje u svijetu) potpuno besplatno, a jedini uvjet je da je vaš pametni telefon spojen na internet i da osoba koju pozivate također ima instaliranu aplikaciju te omogućen pristup internetu. Viber je jedna od najpopularnijih aplikacija za besplatne poruke i pozive na pametnim telefonima te ima i svoju verziju za računala. Aplikacija Viber vam nudi besplatne pozive (obične i video pozive), dopisivanje uz dodavanje emotkiona, slanje fotografija i videozapisa s vašeg računala.

### 5.11.2 WhatsApp

WhatsApp je aplikacija za slanje poruka koja je kreirana 2009. godine. WhatsApp je započeo kao alternativa SMS-u. WhatsApp koristi više od dvije milijarde ljudi u preko 180 zemalja WhatsApp je besplatan i nudi jednostavno, sigurno i pouzdano dopisivanje i pozivanje, dostupno na pametnim telefonima bilo gdje na svijetu. WhatsApp je dobio naziv igrom riječi od fraze What's Up (Što ima?). WhatsApp je najkorištenija aplikacija poslije Facebook-a i YouTube-a na svijetu, a 2014. Godine je Facebook kupio mobilnu aplikaciju WhatsApp.

### 5.11.3 Signal

Signal aplikacija je nadaleko poznata (možda ne kod nas toliko) kao najsigurniji i najprivatniji način komunikacije koji vam danas može itko preporučiti. Ideja kreatora ove aplikacije, umjetničkog imena *Moxie Marlinspike*, jest da Signal zamjeni trenutnu SMS aplikaciju, tako da skoro i ne primijetite uporabu. Jednako funkcionira na androidu i na i-Phone-u. Poruke poslane i primljene preko Signala, idu, naravno, preko interneta i kriptirani su jakim end-to-end enkripcijom. Signal ima sve što i svaki *messenger* treba imati: tekstualne poruke, individualne i grupne pozive, dijeljenje multimedije i drugih podataka među kontaktima i sve to uz vrhunsku enkripciju.

### 5.11.4 Telegram<sup>19</sup>

Telegram je *messenger* aplikacija koja, iako kod nas nije toliko zastupljena, ipak je sigurno jedan od najkorištenijih aplikacija za dopisivanje u svijetu s preko 100 milijuna preuzimanja. Za razliku od ostalih popularnih aplikacija poput Messengera, Vibera i WhatsAppa – Telegram je svoj brend gradio upravo s fokusom na to da je *alternativna opcija*, a popularnost mu je rasla zahvaljujući nekoliko dobrih mogućnosti kao što je tajno dopisivanje.

<sup>18</sup> <https://tehton.covermagazin.com/?p=7108> 26.11.2020. u 16.24

<sup>19</sup> <https://www.netokracija.com/aplikacije-za-privatne-razgovore-144741> 26. 11. 2020. godine u 16,39 h



Opcija *Secret Chat* na Telegramu spaja opcije end-to-end enkripcije, zaštitu od snimanja zaslona i brojača za samouništenje. Dakle, osim što imate tajno dopisivanje koje je enkriptirano, za svaku sliku koju podijelite možete biti sigurni kako će nestati nakon zadatog vremena.

### 5.12 Softver za nadzor društvenih medija

Postoje različiti softverski programi, odnosno *dashboard* aplikacije (TweetDeck, Meltwater buzz, Sprout, HootSuite) koje su razvijene kako bi se pojedincima i organizacijama pomogle u upravljanju postovima, praćenju korisnika i nadziranju diskusija koje se vode na društvenim platformama pa i šire. Neki od tih softwera se reklamiraju kao “najbrže i najjednostavnije oruđe za praćenje medija na tržištu”.

Temeljne osobine tih programa uključuju mogućnost centraliziranog slanja i primanja informacija o ulaznoj pošti, objavljivanje informacija na svim platformama putem centraliziranog oruđa, izrade popisa ciljane publike, analiziranja statistike na korisničkim platformama, nadziranja rasprave uporabom ključnih riječi i pripremanja izvješća o uporabi društvenih mreža i medija.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

## 6. DRUŠTVENE MREŽE U IZBORNOM PROCESU

Tijela za provedbu izbora uočila su sve veće oslanjanje na društvene mreže tijekom izbornih procesa. To je, kao što smo već istaknuli, naročito došlo do izražaja nakon pojave pandemije COVID-19 na početku 2020. godine. Platforme kao što su Zoom, Skype ili Office 365 naglo su došle u središte pažnje zbog svih mogućnosti audio i video komunikacije u velikim skupinama. Uz sve prednosti digitalnoga svijeta, posebno audio-vizualne komunikacije na daljinu i rad u velikim skupinama (npr. Zoom platforma, koju je primijenilo i Središnje izborno povjerenstvo BiH u pripremama i tijekom održavanja Lokalnih izbora 2020. godine), potrebno je imati u vidu i rizik zbog mogućnosti zlouporabe društvenih medija za širenje govora mržnje, dezinformacija i glasila.

Zato je jako važno da izborno zakonodavstvo, a potom i tijela za provedbu izbora, jasno definiraju neprihvatljive sadržaje povezane s izborima, koji se postavljaju putem društvenih mreža posebno u izbornom razdoblju i tijekom izborne kampanje. Takva pitanja mogu, osim zakonske i podzakonske materije, biti i sadržaj posebnog kodeksa ponašanja političkih subjekata, kandidata, simpatizera i pristalica političkih subjekata na društvenim medijima u izbornom razdoblju i tijekom izborne kampanje. Sadržaj koji nije povezan s pitanjima u svezi izbora neće nužno biti materija toga kodeksa. Međutim, uvijek treba imati na umu da bilo koji sadržaj koji dolazi od političkih stranaka uvijek se može povezati s izborima i izbornom kampanjom toga političkog subjekta, jer se ne smije zaboraviti staro političko marketinško pravilo – “kampanjiranju nikada nema kraja”.

Slobodni, poštenu i vjerodostojni izbori temelje se na slobodnom i jednakom pristupu informacijama. Ovo načelo se smatra odgovornošću promicanje za slobodno i jednako dijeljenje informacija javnosti. To uključuje predanost postavljanju istine i otklonu od nesavjesnog objavljivanja ili širenja lažnih ili namjerno obmanjujućih informacija. Međutim, komentari na društvenim mrežama uključuju i osobne stavove te je to važno naglasiti.<sup>21</sup>

Društveni se mediji, nažalost, često rabe za širenje govora mržnje. Ova vrsta govora je uvijek štetna, ali može biti posebno opasna u postkonfliktnim društvima i tijekom izborne kampanje. U regulaciji ove vrste govora važno je razviti jasnu i sveobuhvatnu definiciju govora mržnje. Ključno je, međutim, naći odgovarajuću ravnotežu, jer preširoka definicija riskira kršenje prava na slobodno mišljenje, prava na slobodu govora.

Jedan smjer za definiranje govora mržnje je sadržan u članku 20 stavak (2) Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima, koji glasi: „Svako zagovaranje nacionalne, rasne ili vjerske mržnje koje predstavlja poticanje na diskriminaciju, nepri-

<sup>21</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

jateljstvo ili nasilje zabranjeno je zakonom.”<sup>22</sup>

Mnoge su zemlje izrazile rezerve prema članku 20. Stavak (2) tvrdeći kako je previše restriktivan ili da ne ide dovoljno daleko. Belgija, Danska, Finska, Island i Sjedinjene Američke Države iskazale su rezervu na članku 20. stavak (2), uglavnom zato što smatraju kako obeshrabruje građane u sudjelovanju u legitimnoj demokratskoj raspravi.<sup>23</sup>

Jedna od ključnih uloga medija tijekom izbornoga ciklusa je služiti kao forum za javnu raspravu. Kako bi osigurali produktivnost i korisnost rasprava, važno je uspostaviti i održavati kulturu uljudnog ophođenja. Na taj način sudionici u raspravi na društvenim mrežama mogu slobodno izraziti svoje stavove u sigurnom prostoru. Bez dovoljne razine kulture komunikacije, odnosno uljudnosti, forumom će dominirati pojedinci koji će pogrešno predstaviti većinski stav javnog mnijenja o nekoj temi.<sup>24</sup>

Razni izborni konteksti imaju svoje specifične običaje i norme. U nekim zemljama dan (ili dani) neposredno prije dana izbora se smatraju razdobljem medijske šutnje. U tom razdoblju medijima je zabranjeno pokrivanje predizbornih kampanja i drugih aktivnosti povezanih s izborima. Predizborna šutnja je razdoblje u kojem je kandidatima i strankama zabranjeno vođenje kampanje, kako je slučaj i u Bosni i Hercegovini. Zbog toga je važno i za to razdoblje, također, regulirati aktivnosti na društvenim mrežama.<sup>25</sup>

Nije neobično da javni komentari zahtijevaju od poznatih osoba, tj. vođa javnog mnijenja da ih podrže ili na neki drugi način uvrste u njihovu agendu. Takve vrste zahtjeva su moguće i na društvenim mrežama, gdje mogu biti u obliku *like*-a ili drugog povoljnog odgovora npr. emotikiona, protumačeni kao znak podrške kandidatu ili stranci. Važno je za izborne sudionike i političke komentatore da ukazuju na takve zahtjeve, tako da javnost bude svjesna te potencijalne pristranosti.<sup>26</sup>

Postoji nekoliko posebnih pitanja o tome kako se društveni mediji tretiraju u odnosu na neke zakone ili norme.

<sup>22</sup> Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (1966.) i Opcijski protokoli (1966. i 1989.). O tome više vidjeti u: Ibrahimagić, O. Seizović, Z., Arnautović, S., Politički sistem Bosne i Hercegovine, Tom I Udžbenik, Sarajevo, 2010., str. 68. – 76.

<https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

<sup>23</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

<sup>24</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

<sup>25</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

<sup>26</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

Na primjer:

- Smatra li se svaka aktivnost kandidata i stranaka kao oglašavanje u kontekstu izbora?
- Smatraju li se objave pristalica stranaka i kandidata na društvenim mrežama reklamama?
- Smatraju li se tweetovi ili slične objave oglasima i u svezi s tim podliježu li regulativi?<sup>27</sup>

Jedan dio mrežnih aktivnosti tijela za provedbu izbora je primjereno medijsko “po-krivanje” mrežne stranice. Taj dio treba sadržavati i kratke informativne brošure sa značajnim statistikama, informacije o konferencijama za tisak, priopćenja za javnost itd. Kako bi olakšale rad novinarima i drugim sudionicima koji takve informacije šire putem društvenih mreža, medijskim stranicama, korisno je i da tijela za provedbu izbora šire informacije putem vlastitih računa na društvenim mrežama ili skupljaju materijal prilagođen društvenim mrežama kako bi ga drugi mogli vrlo lako podijeliti putem vlastitih mreža.

Tijela za provedbu izbora i drugi sudionici u izbornom procesu, također, mogu razmotriti uporabu multimedijalnih postova. Važno je razmotriti pitanje kako postupiti s izuzimanjem i dijeljenjem fotografija i videozapisa tijekom izbornoga procesa, posebno unutar i izvan biračkih mjesta na dan izbora što je trenutačno zabranjeno propisima tijela za provedbu izbora. Dakle, pitanje je do koje mjere omogućiti da se biračka mjesta fotografiraju i snimaju videozapisima.

Razumijevanje i percepcija građana o izbornom procesu i aktivnostima tijela za provedbu izbora i postupci koji se odvijaju u njemu presudni su za ključni uspjeh izbora. Jedan od temeljnih načina na koji tijela za provedbu izbora mogu osigurati pristup značajnim informacijama biračkom tijelu, koje će poboljšati njegovo razumijevanje izbornog procesa i ojačati odnose s biračkim tijelom i sudionicima na izborima, jest “održavanje otvorene, dvosmjerne komunikacije”. Takvu ‘dvosmjernu komunikaciju’ nikada nije bilo lakše uputiti nego danas kroz dobro isplaniranu i strateški osmišljenu uporabu društvenih medija.

Tijela za provedbu izbora su presudna za osiguravanje učinkovitog, legitimnog i vjerodostojnog vođenja izbornoga postupka. To uključuje neovisnost, nepristranost i integritet tijela za provedbu izbora i njegovog osoblja, kao i njihovu transparentnost, učinkovitost, profesionalnost. Novi alati i platforme koje pružaju društveni mediji mogu igrati važnu ulogu u pomaganju tim tijelima u pridržavanju ovih načela te u kombinaciji

<sup>27</sup> <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

s tradicionalnim oblicima informiranja pomažu tim tijelima u educiranju javnosti o svojoj ulozi i izbornim procesima u cjelini.

Važna prednost društvenih medija je sposobnost interakcije s biračkim tijelom putem uporabe i otvorene rasprave na društvenim mrežama. Kada postoji potreba za brzim dijeljenjem podataka, tijelo za provedbu izbora može izravno dijeliti postojećoj skupini na društvenim mrežama koja zatim može dijeliti informacije unutar vlastitih odgovarajućih mreža.

Društveni mediji pružaju dragocjeno sredstvo kojim tijela za provedbu izbora mogu nadoknaditi tradicionalnija sredstva komunikacije s biračkim tijelom. Izravni kanali komunikacije između tijela za provedbu izbora i biračkog tijela odavno su prepoznati kao ključni za uspješan rad tih tijela.

Društvene mediji omogućuju tijelima za provedbu izbora široko oglašavanje svih svojih događaja i drugih aktivnosti te time potiču veće sudjelovanje javnosti u razumijevanju što tijela za provedbu izbora rade.

Postoje različiti načini na koje društvene mediji mogu pomoći tijelima za provedbu izbora u razmjeni informacija i u prikupljanju vrijednih uvida u probleme o kojima biračko tijelo raspravlja.

## 7. MEĐUNARODNA ISKUSTVA

### 7.1 Smjernice za analizu izbornoga pravnog okvira (OSCE/ODIHR)<sup>28</sup>

#### 7.1.1 Jednak tretman i pristup medijima

Reguliranje medija tijekom izbora može biti složeno pitanje zbog potrebe za uspostavljanjem ravnoteže između prava birača za dobivanjem informacije, prava kandidata i političkih stranaka za prenošenjem političke poruke i prava medija za uporabom slobode izražavanja. Birači imaju pravo dobiti informacije od kandidata i političkih stranaka kako bi učinkovito iskoristili svoje biračko pravo. Pravo birača za “potragom, dobivanjem i davanjem informacija i ideja svih vrsta bez obzira na granice, bilo usmeno, u pismenom ili tiskanom obliku, u obliku umjetnosti ili putem drugog medija po svom izboru”<sup>29</sup> posebno je primjenjivo tijekom izbora. Ocjena propisa o medijima uvijek mora uzeti u obzir temeljno pravo birača za dobivanjem informaciju.

Kandidati i političke stranke, također, imaju pravo prenijeti svoje političke poruke, platforme kampanje i stavove o svim pitanjima biračima. To se može raditi u različitim vrstama medijskih formata i kroz različite načine komunikacije i medijske pokrivenosti. Važno je da kandidati i političke stranke «imaju jednaku mogućnost informiranja birača o politikama te da se ne suočavaju s diskriminacijom prilikom ostvarenja pristupa medijima».<sup>30</sup>

Mediji imaju pravo informirati javnost o izbornoj kampanji i izražavati mišljenja. Mediji imaju pravo osigurati medijski prostor kandidatima, političkim strankama, temama kampanje, radu izbornoga tijela, problemima i incidentima koji se događaju tijekom kampanje, događajima na izborni dan te objavljivanju izbornih rezultata. Tijekom izbora, u obzir se moraju uzeti prava medija kao i prava birača, kandidata i političkih stranaka. Ocjena pravnih odredbi za regulaciju medija zahtijeva razmatranje odredbi u njihovoj cijelosti, bez nepravednog fokusa na jednu odredbu zbog velikog broja temeljnih prava koja su obuhvaćena. Pored toga, ovo je područje u kojem se javljaju mnogi zakonski propisi i analitičar mora uzeti u obzir najnovije odluke ugovornih tijela i Europskog suda za ljudska prava prilikom ocjene zakonskih odredbi za reguliranje medija tijekom izbora. Na razvoj regulative o medijima, također, utječe sve veća uporaba interneta i novih medijskih tehnologija tijekom izbora.

Stavci 7.6. i 7.8. Kopenhaškog dokumenta OSCE-a iz 1990. godine, (koji je sastavni dio Aneksa 3 Daytonskog mirovnog sporazuma) koncizno daju sažetak standarda za

<sup>28</sup> <https://www.osce.org/files/f/documents/e/2/384840.pdf>

<sup>29</sup> “Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima”, Generalna skupština Ujedinjenih naroda, 16. prosinca 1966. godine, članak 49.

<sup>30</sup> Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions (Varšava: OSCE-ov Ured za demokratske institucije i ljudska prava, 2012.), str. 14,

jednak tretman i pristup medijima. Stavak 7.6. zahtijeva do vlade omogućavanje političkim strankama i organizacijama «neophodnoga pravnog jamstva koje će im omogućiti međusobno natjecanje na temelju jednakog tretmana pred zakonom i od strane vlasti». Stavak 7.8. nalaže da vlada mora osigurati »nepostojanje nikakvih zakonskih ili administrativnih prepreka kada je u pitanju slobodan pristup medijima bez diskriminacije za sve političke grupacije i pojedince koji žele sudjelovati u izbornom procesu». Propisi o jednakom tretmanu i pristupu mogu predstavljati izazov jer određene države zahtijevaju strogu jednakost u pristupu, dok druge omogućuju pravedan pristup nasuprot točne jednakosti. »Pravedan pristup je prepoznat kao zadovoljavajuća obveza jednakoga tretmana pod uvjetom da se takav pristup dodjeljuje sukladno objektivnim kriterijima za mjerenje sveukupnih razina podrške».<sup>31</sup>

Izazov za zakonodavce leži u utvrđivanju objektivnih kriterija za mjerenje sveukupnih razina podrške. Neke države su rabile rezultate prošlih izbora kao kriterij za mjerenje. Druge države rabe broj kandidata prisutnih na postojećim izborima kao kriterij za mjerenje, na temelju stava kako se postojeća razina podrške iskazuje kroz mogućnost predstavljanja kandidata za izbore. Bez obzira na odabrani pristup u zakonodavstvu određene države, svaka formula za pravedan poseban pristup mora se pažljivo procijeniti u svjetlu obveze osiguravanja jednakog postupanja u pristupu političkih natjecatelja koji ispunjavaju utvrđeni prag podrške na temelju objektivnih kriterija.

Pravni okvir države treba sadržavati ova jamstva i jasno definirati proces za njihovu pravovremenu provedbu prije i tijekom izbora. Proces za utvrđivanje formule ili rasporeda za jednak pristup medijima za dane izbore, bez obzira je li pristup točna jednakost ili pravedna, treba biti razumljiv i objektivno primjenljiv. Također, treba uzeti u obzir drugačiji status javnih medija u državnom vlasništvu, koje financiraju svi porezni obveznici, i privatnih medija, koji možda imaju veće diskrecijsko pravo unutar okvira izbornih kampanja. Jedna praksa koja može osigurati ispunjenje ovog standarda je zahtijevanje od glavnih političkih stranka, odnosno onih koje su imale određeni minimalni broj glasova na prethodnim izborima ili koje su pokazale za trenutačne izbore kako imaju minimalnu razinu podrške prema procjeni utemeljenoj na objektivnim kriterijima, imaju pravo na besplatno vrijeme na državnom radiju i televiziji na redovitom temelju i ne samo tijekom izbornih razdoblja. Pravni okvir koji utvrđuje kako se takvim političkim strankama mjesečno jamči utvrđeni broj minuta emitiranja može osigurati ispunjenje ove prakse. Tijekom izbornih kampanja, političke stranke i kandidati trebaju dobiti dodatno besplatno vrijeme za prenošenje informacija o svojim kandidaturama. Besplatno vrijeme emitiranja ili besplatni prostor u tiskanim medijima se obično dodjeljuje na jed-

<sup>31</sup> Vidjeti »Joint Statement on the Media and Elections», specijalni izvjestitelj UN-a o slobodi mišljenja i izražavanja, OSCE-ov predstavnik za slobodu medija, OAS-ov posebni izvjestitelj o slobodi izražavanja, i ACHPR-ov posebni izvjestitelj o slobodi izražavanja i pristupa informacijama, 15. svibnja 2009.



nakom ili pravednom temelju tijekom izbornih razdoblja i prema utvrđenoj formuli koja se može objektivno primijeniti. Objektivna primjena može se omogućiti putem zakona koji utvrđuje minimalno vrijeme emitiranja koje će se dodijeliti političkim strankama i kandidatima. Raspoređeno vrijeme emitiranja mora biti dovoljno kako bi se osiguralo da birači dobiju informacije od kandidata i političkih stranaka kako bi mogli učinkovito rabiti svoje pravo glasovanja te da su političke stranke i kandidati u mogućnosti učinkovito se natjecati na izborima.<sup>32</sup>

Prilikom ocjene ili izradbe zakonskih odredbi o jednakom pristupu, propisi koji se odnose na medijsku pokrivenost aktivnosti kandidata koji su na vlasti, u kontekstu izbornih kampanja, bi mogli predstavljati dodatno područje za analizu. Osobe koje vrše određene ovlasti u vlasti privlače više medijske pažnje. Osiguranje medijskog prostora za aktivnosti osoba koje se bave politikom, uključujući izbornu razdoblje, je prirodno i neophodno kako bi se osigurao pristup javnosti informacijama. U isto vrijeme, iako osobe na vlasti uglavnom imaju veću medijsku izloženost, mediji trebaju izvješćivati o aktivnostima vlasti na uravnotežen i kritičan način i voditi se načelom razina informativnosti pri odabiru materijala koji će emitirati.

Pitanje plaćenoga političkog marketinga, također, može predstavljati područje koje je teško regulirati jer su jasno primjenljiva prava na dobivanje i davanje informacija i pravo slobode izražavanja<sup>33</sup>. Stoga, bilo kakva zabrana ili ograničavanje plaćenoga političkog marketinga mora biti pažljivo definirana kako bi se poštovalo pravo slobode izražavanja. U slučajevima kada je dozvoljen plaćeni politički marketing treba postojati jamstvo jednakog tretmana i pristupa. Do nejednakosti dolazi ukoliko pravni okvir nije osigurao iste komercijalne stope za takav marketing za sve političke stranke i kandidate te da se raspodjela vremena i lokacije za marketinške aktivnosti vrši prema sličnim uvjetima. Ukoliko je dozvoljen plaćeni politički marketing, treba biti ponuđen svim političkim strankama i kandidatima po komercijalnim cijenama za takve usluge oglašavanja i pod sličnim uvjetima. Štoviše, plaćeni politički marketing treba biti identificiran kao

<sup>32</sup> Međutim, analitičari trebaju voditi računa da u zemljama s osobito liberalnim režimima za registriranje stranaka mogu postojati stotine registriranih stranaka te da mnoge od njih mogu odlučiti sudjelovati na izborima. U takvom okruženju, postupak stroge jednakosti svih sudionika na izborima može dovesti do toga da medijska pokrivenost postane nesuvisla ili nemoguća, čak i ukoliko mediji primjenjuju pristup u najboljoj vjeri. U takvim situacijama, određeni mehanizmi za utvrđivanje "krupnih političkih interesa", koji će dobiti preferencijalno postupanje na temelju šire političke podrške, mogu predstavljati rješenje za primjenu jednakoga postupanja i riješiti neučinkovitost te dati kvalitetne informacije biračima. Privatni mediji su u boljoj poziciji za rješavanje ovakvih okolnosti, s obzirom da će trošak oglašavanja vjerojatno biti ograničavajući čimbenik za političke stranke s manjim utjecajem na birače.

<sup>33</sup> Vidjeti *TV Vest As & Rogaland Pensjonistparti protiv Norveške*, br. 21132/05, 11. 12. 2008.; *Vereingegen Tierfabriken Schweiz (VgT) protiv Švicarske* (br. 2) [GC], br. 32772/02, 30. 6. 2009. Vidjeti također *Bowman protiv Ujedinjenog Kraljevstva* [GC], br. 24839/94, 10. 2. 1998.

takav i ne bi trebao na bilo koji način biti skriven u formi vijesti ili reportaže.<sup>34</sup>

Jednak tretman i pristup medijima, bez obzira je li na strogo jednakom ili pravednom temelju, može se regulirati zakonom o medijima ili zakonom o javnom informiranju umjesto primarnim izbornim zakonom. Pored toga, zakon može propisati samo neke opće stavove o jednakom ili pravednom tretmanu i pristupu te može prenijeti ovlast na mjerodavno tijelo za propisivanje pojedinosti provedbe, kao što je središnje izborno tijelo ili posebno povjerenstvo za medije. Bez obzira je li to pitanje regulirano zakonom ili upravnim aktom, preporučuje se praćenje medija kako bi se osiguralo njihovo poštivanje. Pored toga, trebaju biti propisane procedure prema kojima političke stranke ili kandidati mogu tražiti pravni lijek pred upravnim tijelom ili sudom za kršenje odredbi o jednakom ili pravednom tretmanu i pristupu, kao i dobivanje naloga za raspoređivanje dodatnog vremena za stranku ili kandidata, ukoliko je to neophodno kako bi se ispravilo kršenje odredbi. Standard jednakog tretmana i pristupa medijima je ugrožen ukoliko mediji u državnom vlasništvu ili pod državnom kontrolom imaju mogućnost favoriziranja određene političke stranke ili kandidata u vijestima, političkim emisijama, forumima ili uredničkim komentarima. Pristrano emitiranje ili postupanje u državnim medijima treba biti zabranjeno, a odgovorne vlasti bi trebale biti dužne odmah reagirati u slučajevima kršenja.

Demokratski izbori nisu mogući tamo gdje se pravnim okvirom ograničava ili brani sloboda govora i izražavanja tijekom kampanje. Važno je da pravni okvir osigura zaštitu za slobodno političko izražavanje i govor. Zakon ne treba nametati kaznene sankcije za govor koji predstavlja «klevetu» ili «uvredu» za sudionike na izborima.<sup>35</sup> Pored toga, bez obzira na izvor, pravni okvir ne smije zabraniti otkazivanje kandidature ili kaznu zatvora za klevetu drugog kandidata ili političke stranke. Sloboda govora je temelj demokracije. Europski sud za ljudska prava jasno je naveo ovo načelo:

“(...) sloboda izražavanja čini jedno od suštinskih temelja demokratskog društva i jedan od temeljnih uvjeta za njegov napredak i samoostvarenje pojedinaca, primjenjivo je ne samo na ‘informacije’ ili ‘ideje’ koje su pozitivno prihvaćene ili koje se smatraju neuvrjedljivim ili beznačajnim, nego također i na one koje su uvrjedljive, šokantne ili uznemirujuće. Takvi su zahtjevi pluralizma, tolerancije i širokih pogleda. Bez toga nema demokratskog društva. Kako je utvrđeno člankom 10, ova sloboda podliježe izuzetcima koji, međutim, trebaju biti točno definirani, a potreba za bilo kakvim ograničenjima mora biti opravdana.

<sup>34</sup> Vidjeti: “Recommendation No. R (99) 15 of the Committee of Ministers to Member States of the Council of Europe on Measures Concerning Media Coverage of Election Campaigns”, Vijeće Europe, 9. 9. 1999. Vidjeti, također, Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions, napomena 48.

<sup>35</sup> Predstavnici međunarodnih i regionalnih institucija za slobodu izražavanja preporučili su poništavanje svih kaznenih zakona o kleveti. Vidjeti: “International Mechanisms for Promoting Freedom of Expression, Joint Declaration”, UN-ovog posebnog izvijestitelja za slobodu mišljenja i izražavanja, OSCE-ovog predstavnika za slobodu medija, OAS-ovog posebnog predstavnika za slobodu izražavanja, 10. 12. 2002.

Sud podsjeća kako su ograničenja prihvatljive kritike šira u pogledu političara koji djeluju u svom javnom svojstvu nego u pogledu pojedinaca i privatnih osoba jer su političari neizbježno, i uz potpunu spoznaju, predmet detaljne kontrole njihovih riječi i djela od strane novinara i javnosti. Političari moraju posjedovati veći stupanj tolerancije posebno kada sami daju javno izjave koje podliježu kritikama.”<sup>36</sup>

Mogućnost birača, kandidata i političkih stranaka za slobodnim i otvorenim razmjenjivanjem političkih stavova od ključnog je značaja. Bilo kakvo ograničavanje slobode izražavanja i govora sprječava snažne i dinamične kampanje koje su od suštinskog značaja za izborne procese u demokratskom društvu. Bilo kakvo ograničenje slobode političkog govora je u suprotnosti s međunarodnim pravom u području ljudskih prava, osim ukoliko je takvo ograničenje isključivo neophodno u danom demokratskom društvu i utvrđeno člankom 10. Europske konvencije o ljudskim pravima.<sup>37</sup> Pored toga, takvo ograničenje često krši jamstvo slobode govora utvrđene u ustavu zemlje. Ovaj standard ipak nije primjenljiv na zabranu pobunjivačkoga govora koji je usmjeren na poticanje drugih osoba na vršenje nasilja ili poticanje mržnje na etničkom temelju.

<sup>36</sup> Vidjeti presude Europskog suda za ljudska prava u predmetima Koprivica protiv Crne Gore, br. 41158/09, 22. 11. 2011., Mizzi protiv Malte, br. 17320/10, 22. 11. 2011.; kao i ranijih predmeta Jeruzalem protiv Austrije, br. 26958/95, 27. 2. 2001. i A. protiv Ujedinjenog Kraljevstva, br. 35373/97, 17. 1. 2002. Sud je donio presudu kako je zaštita političkog govora toliko važna da doslovno ne podliježe kaznenom gonjenju kada je u pitanju kleveta.

<sup>37</sup> Vidjeti presude Europskog suda za ljudska prava u predmetima Koprivica protiv Crne Gore, br. 41158/09, 22. 11. 2011., Mizzi protiv Malte, br. 17320/10, 22. 11. 2011.; kao i ranijih predmeta Jeruzalem protiv Austrije, br. 26958/95, 27. 2. 2001. i A. protiv Ujedinjenog Kraljevstva, br. 35373/97, 17. 12. 2002. Sud je donio presude kojima je zaštitio politički govor u tolikoj mjeri da doslovno ne podliježe krivičnom gonjenju kada je u pitanju kleveta.

## 8. UPORABA DRUŠTVENIH MREŽA U IZBORNE SVRHE

### 8.1 Praksa Suda Bosne i Hercegovine

Precedentno pravo je pravo u kome su izvor prava sudske presude (sudski predmeti). U praksi Suda BiH, presudama donesenim po izjavljenim žalbama na odluke Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine naročito u nekoliko posljednjih izbornih ciklusa, kumulirano je na desetine slučajeva koje mogu biti od ogromne koristi zakonodavcu za proširenjem postojećeg ili, čak, stvaranje potpuno novog normativnog okvira kojim će se bliže urediti pravila postupanja političkih subjekata na društvenim mrežama u izbornom procesu. To se može učiniti donošenjem novog Zakona o političkim strankama ili dopunama postojećeg Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Na koncu, moguće je donijeti poseban Zakon (ili podzakonski propis) o pravilima ponašanja političkih subjekata na društvenim mrežama u razdoblju izborne kampanje. U nastavku ćemo dati pregled zakonskih normi, te primjere sudske prakse u svezi s uporabom društvenih mreža u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini.

Poglavljem 7 Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine regulirana su pravila ponašanja u izornoj kampanji za političke subjekte tj. političke stranke, koalicije, liste neovisnih kandidata i neovisne kandidate.<sup>38</sup>

Između ostalog, ovim poglavljem je propisana zabrana za kandidate i pristalice političkih stranaka, listi neovisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i neovisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izornoj administraciji rabiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili uporabljivati fotografije, simbole, **zvučne zapise i videozapise, SMS poruke, internet komunikaciju** (naglasio S. A.) ili druge materijale koji mogu tako djelovati.<sup>39</sup>

Za povrede ovih odredbi Izborni zakon BiH je propisao sankcije u rasponu od 1.000,00 KM do 10.000,00 KM<sup>40</sup> uz mogućnost da se za povrede koje počinji pristalica kažnjava politički subjekt. Za kandidate su propisane sankcije od 1.000,00 KM do 5.000,00 KM.<sup>41</sup>

Međutim, problem koji se javio u praksi za Središnje izorno povjerenstvo BiH je činjenica kako Izbornim zakonom BiH nije točno određena definicija govora mržnje. Tu je potrebna intervencija zakonodavca.

Dalje, Izbornim zakonom BiH je propisano kako u razdoblju koji počinje 24 sata

<sup>38</sup> Članak 7.1 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

<sup>39</sup> Članak 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

<sup>40</sup> Članak 19.9 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

<sup>41</sup> Članak 19.9 stavak (4) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

prije otvaranja biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, kolicijama, listama neovisnih kandidata i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina zabranjeno je sudjelovanje u javnim političkim aktivnostima što uključuje, ali se ne ograničava, između ostalog i na uporabu megafona ili drugih razglasnih uređaja u cilju utjecaja na birače. Pod ovim sredstvima podrazumijevaju se sredstva kojima se može isporučiti zvučni, video i li tekstualni sadržaj i ona obuhvaćaju, ali nisu ograničena na radio i televizijski program, tiskane medije, internet, SMS poruke ili video – poruke isporučene putem mobilnih telefona itd.<sup>42</sup>

Problem u praksi u postupku rješavanja prigovora i žalbi u slučajevima podnošenja prigovora zbog objava tekstova i slika s ciljem utjecaja na birače, je taj što Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine u većem slučaju ne može na pouzdan način utvrditi činjenicu da je dostavljeni dokazni materijal objavljen u kritičnom vremenu u razdoblju izborne šutnje, niti se sa sigurnošću moglo utvrditi tko je objavio taj materijal, jer su određene internet domene (internet domain name) izvan jurisdikcije BiH, što predstavlja prepreku za utvrđivanje odgovornih političkih subjekata i osoba koje bi se mogle sankcionirati. Na taj način ovo područje nije zakonski dovoljno precizirano niti trenutačno postoje primjeri dobre prakse koji bi omogućili da se uspješno vode upravni postupci protiv nedozvoljenih radnji u izbornom procesu, a koje se ostvaruju putem društvenih mreža i *online* medija, te se može, nažalost, zaključiti kako se radi o svojevrsnoj sivoj zoni, odnosno pravnom vakuumu.

Unatoč tome Središnje izborno povjerenstvo BiH u proteklom razdoblju je izreklo više sankcija zbog kršenja ovih odredbi iz članka 16.14 Izbornog zakona BiH. Ove odluke su u velikoj mjeri potvrđene i od strane Apelacijskoga odjela Suda Bosne i Hercegovine ovlaštenog za postupanje po žalbama izjavljenim na odluke Središnjega izbornog povjerenstva BiH. Sud Bosne i Hercegovine je tom prilikom, između ostalog, utvrdio:

- „...*Prije svega, za ovo vijeće je nesporno da je tekst s fotografijama objavljen upravo s ciljem utjecaja na birače, način njihovog glasovanja i to na dan održavanja izbora, što je odredbom citiranog člana propisano kao nedozvoljeno...*

*...Ovo posebno kada se ima u vidu priroda društvenih mreža, pa samim tim i Facebook profila. Naime, Facebook je internetska društvena mreža koja je pristupačna ogromnom broju građana i ima veliki broj korisnika, te se rabi u svrhe promocije, reklamiranja pa i pozivanja. S obzirom na tu nepobitnu činjenicu, utemeljeno se žalbom ukazuje kako je sporni tekst iznesen na privatnom profilu D. S. namijenjen široj javnosti, in concreto, biračima s ciljem utjecaja na birače i način njihovog glasovanja. Ovo pogotovo iz razloga što je objavljen na sam dan održavanja izbora, 7. 10. 2018. godine, koje ponašanje u smislu odredbe članka*

<sup>42</sup> Članak 7.4. stavak (1) točka 3. i stavak (2) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

7.4. stavak 1 točka 3. Izbornog zakona BiH nije dozvoljeno političkim strankama, koalicijama, listama neovisnih kandidata i neovisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina...<sup>43</sup>

XXXXX

- „...Naime, pravilno je tumačenje Središnjega izbornog povjerenstva, koje prihvaća i ovo vijeće, a koje ukazuje kako je odredba članka 7.4 Izbornog zakona BiH formulirana generalno te kako u tom smislu ne pravi razliku među biračima i ne dijeli ih na one koji su simpatizeri ili članovi određene političke opcije i na one koji to nisu, pa slanje SMS poruka biračima, neovisno o njihovom statusu u stranci, u razdoblju kada je to zabranjeno, predstavlja kršenje odredbe članka 7.4 Izbornog zakona i pravila ponašanja postavljenih istom...

...Nadalje, vijeće ne može prihvatiti kao utemeljen ni žalbeni navod kojim se ističe kako se radi o dozvoljenom vidu komunikacije političkog subjekta s njegovim članstvom, s obzirom na to da je upravo slanje SMS poruka definirano kao jedan od zabranjenih oblika komunikacije s biračkim tijelom u razdoblju od 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta pa do njihovog zatvaranja....<sup>44</sup>

XXXXX

- „...I po shvaćanju Apelacijskoga vijeća, izjava dana novinarima koja je objavljena na mrežnom portalu kliš.ba, iako je objavljena u razdoblju izborne „šutnje“ tijekom izbornog dana, ne predstavlja političku aktivnost, ni utjecaj na birače da glasuju za navedenoga političkog subjekta i njegovog kandidata, nego je to samo osobni stav o trenutnoj političkoj situaciji i njegova subjektivna očekivanja za rješavanje problema u budućnosti...“<sup>45</sup>

Treba naglasiti kako su tijekom izborne kampanje mediji u Bosni i Hercegovini dužni pravedno, profesionalno i stručno pratiti izborne aktivnosti uz dosljedno poštivanje novinarskog kodeksa, te opće prihvaćenih demokratskih načela i pravila, posebno temeljnog načela slobode izražavanja.<sup>46</sup>

Izborni zakon Bosne i Hercegovine propisuje i razdoblje izborne šutnje. Tijekom 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta na teritoriju Bosne i Hercegovine nije dozvoljeno nikakvo medijsko izvješćivanje o bilo kakvoj aktivnosti koja se odnosi na političku i izbornu kampanju. Razdoblje izborne šutnje traje do zatvaranja biračkih mjesta.<sup>47</sup>

<sup>43</sup> Iz obrazloženja Rješenja Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030831 18 Iž od 29. 10. 2018. godine

<sup>44</sup> Iz obrazloženja Rješenja Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030829 18 Iž od 29. 10. 2018. godine

<sup>45</sup> Rješenje Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030880 18 Iž od 30. 10. 2018. godine

<sup>46</sup> Članak 16.1 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

<sup>47</sup> Članak 16.11 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

Zabranjeno je i vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje. Zabranjeno je vođenje izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija koja je stereotipnog i uvredljivog sadržaja u odnosu na muškarce i/ili žene ili koja potiče stereotipno i uvredljivo ponašanje na temelju spola ili ponižavajući odnos prema pripadnicima različitih spolova.<sup>48</sup>

Međutim, u praksi su vrlo česta kršenja ovih pravila. Tako je Središnje izborno povjerenstvo BiH izreklo više sankcija zbog kršenja ovih odredbi Izbornog zakona BiH.

U nastavku ćemo iznijeti nekoliko sudskih slučajeva koji su karakteristični po (zlo) uporabi društvenih medija, odnosno internet komunikacije u izborne svrhe.

Izborni zakon BiH vrlo je određen po pitanju kažnjavanja zbog uporabe jezika koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje.

Središnje izborno povjerenstvo BiH ima ovlasti za izricanje sljedećih sankcija:

- 1. novčanu kaznu koja ne prelazi iznos od 10.000 konvertibilnih maraka;**
- 2. uklanjanje imena kandidata s kandidacijske liste ako se utvrdi da je kandidat osobno odgovoran za povredu;**
- 3. poništenje ovjere političke stranke, koalicije, liste neovisnih kandidata ili neovisnog kandidata.**

Člankom 7.3 Izbornog zakona BiH je propisano da kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi neovisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i neovisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izornoj administraciji nije dozvoljeno, pored ostalog, **rabiti jezik kojim bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili uporabljivati fotografije, simbole, zvučne zapise i videozapise, SMS poruke, mrežnu komunikaciju ili druge materijale koji mogu tako djelovati. Navedena norma se odnosi na razdoblje izborne kampanje koja počinje 30 dana prije dana izbora.**

Središnje izborno povjerenstvo BiH na svojim sjednicama donosi zaključke o pokretanju postupka po prijavi ili službenoj dužnosti, a nakon provedenog postupka odlučuje je li prekršen zakon.

Iz prakse Središnjega izbornog povjerenstva BiH u primjeni naprijed opisanih ovlasti navodimo nekoliko primjera, i to:

<sup>48</sup> Članak 16.14 stavak (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine



## 2004. godina

Izorno vijeće za prigovore i žalbe poništilo kandidaturu Lj. K. (SDS) za gradonačelnika Banja Luke i izreklo minimalnu novčanu kaznu 10.000 KM, Sud BiH potvrdio odluku.

Utvrđeno je da je Lj. K. uputio javni poziv na linč pojedinih novinara i medija (jezik koji može izazvati nasilje).

## 2006. godine

SRS Vojislav Šešelj, predizborni skup u Tesliću i novčana kazna 10.000 KM. Na megafonu puštane pjesme koje mogu izazvati strah. Sud BiH potvrdio odluku SIP-a BiH.

## 2008. godina

V. P., kandidat Srpske napredne stranke za odbornika u Skupštini općine Bosanska Gradiška/Gradiška. Poništena kandidatura za V. P. i njemu izrečena kazna od 10.000 KM. Sud BiH potvrdio odluku. Na RTV VIKOM stanici, čiji je vlasnik, puštao spotove koji mogu izazvati mržnju.

## 2010. godina

Središnje izborno povjerenstvo BiH je na 58. sjednici donijelo odluku kojom je utvrđeno sljedeće:

(1) Politička stranka BOSS – Bosanska stranka – Mirnes Ajanović odgovorna je što je A. M., kandidat ove političke stranke za Zastupnički dom Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, dana 15. 9. 2010 godine, gostujući u debatnoj emisiji Odgovorite ljudima Federalne televizije rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje (usporedio B. B. s R. K.), čime je prekršio pravila ponašanja u izbornoj kampanji iz članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornoga zakona BiH. Zbog toga joj se, na temelju odredbe članka 6.7 točke 1. i primjenom članka 19.9 stavak (1) točka j) istoga Zakona, izriče:

- novčana kazna u iznosu od 7.000,00 KM

(2) A. M., kandidat političke stranke BOSS – Bosanska stranka – Mirnes Ajanović za Zastupnički dom Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, odgovoran je što je 15. 9. 2010 godine, gostujući u debatnoj emisiji Odgovorite ljudima Federalne televizije, rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje čime je prekršio pravila ponašanja u izbornoj kampanji iz članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornog zakona BiH. Zbog toga mu se, na temelju odredbe članka 6.7 točke 1. i primjenom članka 19.9 stavak (4) istoga zakona, izriče:

- novčana kazna u iznosu od 3.000,00 KM.

Sud BiH potvrdio odluku.



## 2012. godina

- Prema prijavi dostavljenoj od agencije “SENS” i fotografiji dostavljenoj uz prijavu na kojoj je P. B. odjeven u vojničku uniformu s tekstom “Postrojba posebne namjene GAVRANI” i fotografijom crnoga gavrana s grbom šahovnicom u sredini amblema te je u lijevom kutu ispisan tekst “Uz Brotnjo i u ratu i u miru”. SIP BiH je istu ocijenio kao inicijativu i pokrenuo postupak za utvrđivanje odgovornosti. Odluka sa 61. sjednice SIP-a od 2. 10. 2012. godine kojom se HKUD izriče novčana sankcija od 3.000,00 KM, a P.B. 1.000,00 KM

- V. P. se na središnjem mitingu obraćao takvim jezikom koji bi nekoga mogao navesti na nasilje i širenje mržnje. Pozivao je istomišljenike da, ako njihov kandidat za načelnika ne prođe na izborima, silom 8. listopada uklone izabranoga načelnika. Odluka sa 60. sjednice SIP-a BiH od 30. 9. 2012. godine kojom se SRS dr. Vojislav Šešelj izriče kazna u iznosu od 10.000,00 KM, a ime V. P. se uklanja s liste te mu se izriče kazna u iznosu od 5.000,00 KM.

## 2014. godina

- Središnje izborno povjerenstvo BiH je na sjednici, održanoj 5. listopada 2014. godine, donijelo odluku kojom se utvrđuje kako su D. T., kandidat Socijalističke partije na Općim izborima 2014. godine za Zastupnički dom Parlamentarne skupštine BiH, izborna jedinica 3B i Socijalistička partija, odgovorni za povredu odredbe iz članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornog zakona BiH.

Izrečena je sankcija kojom se ime D. T. uklanja s kandidacijske liste Socijalističke partije na Općim izborima 2014. godine za Zastupnički dom Parlamentarne skupštine BiH, izborna jedinica 3B te mu se izriče novčana kazna u iznosu od 1.000 KM. Istovremeno, Socijalističkoj partiji je izrečena novčana kazna u iznosu od 5.000 KM.

Sud BiH je potvrdio odluku SIP-a BiH.

- Središnje izborno povjerenstvo BiH je na sjednici, održanoj 8. listopada 2014. godine, donijelo odluku kojom se utvrđuje kako su S. V., kandidat Partije demokratskog progresa na Općim izborima 2014. godine za Narodnu skupštinu Republike Srpske, izborna jedinica 9 i Partija demokratskog progresa odgovorni za povredu odredbe iz članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornog zakona BiH, te im se izriče sankcija:

a) Uklanja se ime S. V. s kandidacijske liste Partije demokratskog progresa na Općim izborima 2014. godine za Narodnu skupštinu Republike Srpske, izborna jedinica 9, i izriče mu se novčana kazna u iznosu od 3.000 KM.

b) Partiji demokratskog progresa, novčana kazna u iznosu od 6.000KM.

Sud BiH uvažio žalbu u dijelu uklanjanja kandidata S. V. s liste, tako da su ostale novčane kazne kandidatu i stranci.

## 2016. godina

- SIP BiH je izrekao novčanu kaznu BPS SEFER HALILOVIĆ u iznosu od 5.000,00 KM. S. H., predsjednik stranke na predizbornom skupu u općini Novi Grad Sarajevo 26. 9. 2016. godine rabio jezik mržnje. Sud BiH Rješenje br.: S1 3 024037 16 Iž od 7. 2. 2017. godine. Žalba se djelomično uvažava, Odluka SIP-a BiH preinačava u pogledu visine kazne umjesto 5.000,00 KM izriče se 1.000,00 KM.

- Postupajući po službenoj dužnosti SIP BiH je izrekao novčanu kaznu političkoj stranci Ujedinjena Srpska u iznosu od 3.000,00 KM. S. N., predsjednik stranke, gostujući u emisiji Kontekst na TV Aljazeera zajedno s M. S., zastupnikom SDP BiH, rabio je jezik mržnje.

- Postupajući po službenoj dužnosti SIP BiH je izrekao novčanu kaznu Srpskoj naprednoj stranci u iznosu od 6.000,00 KM. Dana 29. 9. 2016. godine u Bratuncu na predizbornom skupu Srpske napredne stranke kao gost se obratio V. P. i na neprimjeren način vrijeđao gđu A. P.

## 2018. godina

- Odluka s 54. sjednice SIP-a BiH, od 25. 9. 2018. godine. kojom se utvrđuje kako je politički subjekt DF-GS Željko Komšić: BiH POBJEĐUJE odgovoran što je A. Dž., kandidat ovog političkog subjekta rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM DF-GS Željko Komšić: BiH POBJEĐUJE i 3.000,00 KM A. Dž.

Rješenje Suda BiH br.: S1 3 Iž 030580 18 Iž, od 2. 10. 2018. godine kojom se žalba odbija kao neutemeljena.

- Odluka s 54. sjednice SIP-a BiH od 25. 9. 2018. godine kojom se utvrđuje kako je Savez za pobjedu odgovoran što je V. G., kandidat ovoga političkog subjekta, rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna u iznosu od 5.000,00 KM Savezu za pobjedu i 3.000,00 KM V. G.

Rješenje Suda BiH, br.: S1 3 Iž 030576 18 Iž od 3. 10. 2018. godine kojim se žalba V. G. djelomično uvažava, Odluka SIP-a BiH preinačava se u dijelu visine novčane kazne umjesto 5.000,00 KM izriče se 3.000,00 KM; Rješenje Suda BiH, br.: S1 3 Iž 030579 18 Iž od 2. 10. 2018. godine, kojom se žalba Saveza za pobjedu djelomično uvažava, Odluka SIP-a BiH preinačava u dijelu visine novčane kazne umjesto 7.000,00 KM izriče se 5.000,00 KM;

- Odluka sa 60. sjednice SIP-a BiH, od 4. 10. 2018. godine, kojom se utvrđuje kako je M. D. na skupu u Bileći rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna političkom subjektu SNSD-u u iznosu od 7.000,00 KM i 5.000,00 KM M.D.

Nije bilo žalbe, a prema izvodu s trezora M. D. je uplatio 5.000,00 KM 5. 10. 2018. godine, a SNSD 7.000,00 KM 9. 10. 2018. godine

- Odluka sa 65. sjednice SIP-a BiH od 11. 10. 2018. godine kojom se utvrđuje kako je SDS Lista odgovorna što je D. M., kandidat ovog političkog subjekta, rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna u iznosu od 2.000,00 KM SDS Listi i 2.000,00 KM D.M.

Rješenje Suda BiH, br.: S1 3 Iž 030738 18 Iž od 16. 10. 2018. godine, kojom se žalba SDS Liste djelomično uvažava, Odluka SIP-a BiH preinačava u dijelu visine novčane kazne umjesto 4.000,00 KM izriče se 2.000,00 KM;

Rješenje Suda BiH br.: S1 3 Iž 030736 18 Iž, od 16. 10. 2018. godine, kojim se žalba D. M. odbija kao neutemeljena.

- Odluka sa 70. sjednice SIP-a BiH od 22. 10. 2018. godine, kojom se utvrđuje kako je SDA odgovorna što B.I. na predizbornom skupu rabio jezik koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna u iznosu od 5.000,00 KM SDA BiH.

Rješenjem Suda BiH novčana je kazna preinačena na iznos od 3000,00 KM.

- Odluka sa 70. sjednice SIP-a BiH, od 22. 10. 2018. godine, kojom se utvrđuje kako je DF-Građanski savez Željko Komšić odgovoran što je na predizbornom skupu dozvolio isticanje plakata koji bi nekoga mogao navesti na nasilje ili širenje mržnje i izriče se novčana kazna u iznosu od 7.000,00 KM DF-GS Željko Komšić

Rješenjem Suda BiH novčana kazna preinačena na iznos od 5000,00 KM.

## 8.2 (Zlo)uporaba društvenih mreža u BiH – praksa Suda BiH

### Slučaj 1- Neovisni kandidat (M. H.)

Na temelju članka 6.6 stavak (1), točka 1. a u svezi članka 16.14 stavak (3) i članka 7.2 stavak (2) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“, br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4,04, 20.04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08 i 32/10), u postupku pokrenutom po službenoj dužnosti radi utvrđivanja kršenja odredba članka 16.14 stavak (3) i članka 7.2 stavak (2) Izbornoga zakona BiH od strane M.H., \_\_\_\_\_ Zenica, Neovisnog kandidata za načelnika općine Zenice, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 57. sjednici, održanoj dana 21. 9. 2012 godine, d o n i j e l o

## O D L U K U

Utvrđuje se da je M. H., neovisni kandidat za načelnika općine Zenice odgovoran što je izlaganjem fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u izbornoj kampanji postupio suprotno odredbama članka 16.14. stavak (3) i članka 7.2 stavak (2) Izbornog zakona BiH, te mu se na temelju članka 6.7 točka 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine:

Zabranjuje izlaganje fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u izbornoj kampanji te se nalaže njihovo uklanjanje s mrežne stranice *www.gradzenica.info*, odmah, a najkasnije tri sata od prijema odluke, i

Poništava ovjera za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2012.

## O b r a z l o ž e n j e

Odlučujući po službenoj dužnosti, Središnje izorno povjerenstvo BiH je uvidom u mrežnu stranicu *www.gradzenica.info* utvrdilo kako se na istoj nalaze fotografije i videozapisi za odrasle, izrazito pornografskog sadržaja. Provjerom je utvrđeno da je M. H. vlasnik spomenute mrežne stranice na kojoj se, između ostalog, nalaze fotografije i videozapisi za odrasle.

Nakon izvršenoga uvida u fotografije i videozapise za odrasle s mrežne stranice M. H., neovisnog kandidata za načelnika Zenice, Središnje izorno povjerenstvo BiH je, sukladno članku 6.2 stavak (2) Izbornoga zakona BiH aktom broj 05-1-07-5-1040/12 od 19. 9. 2012. godine, pokrenulo postupak po službenoj dužnosti sukladno članku 126. Zakona o upravnom postupku („Službeni glasnik BiH“, br., 29/02, 12/04, 88/07 i 93/09), koji između ostalog, propisuje da se prije donošenja rješenja imaju utvrditi sve činjenice i okolnosti koje su značajne za rješenja i strankama omogućiti ostvarivanje i zaštitu svojih prava i pravne interese, zatražila od M. H., očitovanje, u roku od 24 sata od prijema akta, o fotografijama i videozapisima za odrasle sa svoje mrežne stranice u kontekstu odredbe članka 7.2 stavak (2) Izbornog zakona BiH.

M. H. u svojoj izjavi navodi kako je uobičajena praksa prikazivanja porno filmova u kinima, kako se mogu kupiti u dućanima ili iznajmiti u videotekama i kako je prema pozitivnim zakonskim propisima u Bosni i Hercegovini ta vrsta filmova, samo jedan žanr. Dalje navodi, kako Središnje izorno povjerenstvo BiH ustanovljuje, kako „sadržajem za odrasle“ na njegovoj mrežnoj stranici nije povrijeđen nijedan zakonski propis u Bosni i Hercegovini, niti je taj sadržaj uvredljiv za pripadnike bilo kojeg spola.

Odredbom članka 7.2 stavak (2) Izbornog zakona BiH (druga rečenica) je propisano kako će Središnje izorno povjerenstvo BiH zabraniti isticanje, tiskanje i dijeljenje oglasa, plakata, postera i drugih materijala koji se rabe u svrhu izborne kampanje poli-

tičkih stranaka, koalicija, listi neovisnih kandidata ili neovisnih kandidata, na kojima se žene ili muškarci predstavljaju na stereotipan i uvredljiv ili ponižavajući način i naložiti političkoj stranci, koaliciji, listi neovisnih kandidata ili neovisnom kandidatu uklanjanje postavljenih materijala.

Središnje izborno povjerenstvo BiH je analiziralo fotografije i videozapise za odrasle s mrežne stranice M. H. i utvrdilo kako je sadržaj istih pornografskog sadržaja, uvredljivog i ponižavajućeg karaktera u razdoblju izborne kampanje. Odredbom članka 1.1a točka 6) Izbornog zakona BiH propisano je da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom Izbornim zakonom BiH u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbama Poglavlja 7. Izbornog zakona BiH su propisana pravila ponašanja političkih subjekata u izbornoj kampanji na temelju kojih je političkim subjektima dozvoljeno stjecanje podrške birača, upoznavanje birača i javnosti sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Izlaganje fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja koje je učinio M. H. i u potpunosti priznao, je prema shvaćanju Središnjega izbornog povjerenstva BiH uvredljivog i ponižavajućeg karaktera u razdoblju izborne kampanje i nije radnja utvrđena Izbornim zakonom BiH kojom politički subjekt upoznaje birače i javnost sa svojim programom za predstojeće izbore. Ovi sadržaji nemaju racionalan razlog za uporabu u izbornoj kampanji.

Nezakonito postupanje M. H., se odnosi na činjenicu kako je izlaganjem fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja na svojoj mrežnoj stranici u razdoblju izborne kampanje, postupao suprotno odredbi članka 16.14 stavak (3) i članka 7.2 stavak (2) Izbornog zakona BiH, odnosno nije postupao sukladno pravilima ponašanja političkih subjekata u izbornoj kampanji utvrđenim u Poglavlju 7. Izbornoga zakona BiH.

Odlučujući o sankciji, Središnje izborno povjerenstvo BiH je ocijenilo sve okolnosti, nije utvrdilo olakšavajuće okolnosti te kao otežavajuće okolnosti ocijenilo je činjenicu da je M. H., izlaganjem fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u izbornoj kampanji, izabrao izuzetno neprimjeren i vulgaran način za stjecanje podrške birača, a isti sadržaj učinio dostupan svima pa i maloljetnim osobama.

### Slučaj 1- Odluka Suda BiH – Neovisni kandidat (M.H)

Sud Bosne i Hercegovine donio je rješenje kojim se odbija žalba u slučaju uporabe društvenih mreža.

Naime, Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj: 05-1-07-5-1040/12 od 21. 9. 2012. godine, utvrđeno je kako je M. H., neovisni kandidat za načelnika Općine Zenica, odgovoran što je izlaganjem fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u izbornoj kampanji postupio suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) i članka 7.2 stavak (2) Izbornog zakona BiH, te mu je na temelju članka 6.7 točka 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine:

Zabranjeno izlaganje fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u izbornoj kampanji i naloženo njihovo uklanjanje s mrežne stranice [www.gradzenica.info](http://www.gradzenica.info), odmah, a najkasnije tri sata od prijema odluke, i

Poništena ovjera za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2012.

Žalitelj je pravodobno uložio žalbu na navedenu odluku u kojoj navodi kako se elektronički medij [www.gradzenica.info](http://www.gradzenica.info) nalazi u Saveznoj Republici Njemačkoj te je na njemu postojala poveznica „za odrasle“ koja je posjetitelje vodila na reklamne snimke zakonitih mrežnih stranica kojima se vrši promocija zakonitih proizvoda tih tvrtki. Dalje, navodi kako su neistiniti navodi Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine da je sporni sadržaj bio dostupan maloljetnim osobama jer je isti bio zaštićen sukladno zakonskim propisima. Također, navodi kako se u obrazloženju sporne Odluke nigdje ne vidi da je Središnje izborni povjerenstvo utvrdilo vođenje izborne kampanje suprotno odredbama članka 16.14. stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine na bilo koji drugi način osim tvrdnje da je vlasnik elektroničkog medija u Saveznoj Republici Njemačkoj na kojem su se nalazile poveznice putem kojih se može pristupiti sadržaju „za odrasle“. Smatra kako je pogrešan zaključak Središnjega izbornog povjerenstva da je došlo do povrede članka 16.14. stavak (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine i predlaže Apelacijskom odjelu Suda Bosne i Hercegovine poništenje točke b) sporne Odluke.

Apelacijsko upravno vijeće Suda Bosne i Hercegovine ocjenjuje kako je pravilan i zakonit navedeni zaključak Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine jer je Središnje izborni povjerenstvo na pravilno utvrđeno činjenično stanje pravilno primijenilo materijalno pravo, točnije odredbu članka 16.14 stavak (3), članka 7.2 stavak (2) i članka 1.1a točka 6. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“, broj: 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08 i 32/10). Odredbom članka 16.14 stavak (3) navedenog zakona je propisano da je zabranjeno vođenje izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija koja je stereotipnog i uvredljivog sadržaja u odnosu na muškarce i/ili žene

ili koja potiče stereotipno i uvredljivo ponašanje na temelju spola ili ponižavajući odnos prema pripadnicima različitih spolova.

I po shvaćanju vijeća Apelacijskoga odjela ovoga Suda, izlaganje fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja u razdoblju izborne kampanje uz izgovaranja navedene poruke biračima, nije radnja niti postupak kojim politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom za predstojeće izbore, te je postupanje žalitelja u razdoblju izborne kampanje bilo u suprotnosti s odredbama članka 16.14 stavak (3), članka 7.2 stavak (2) i članka 1.1a točka 6. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, za koje povrede je pravilnom primjenom članka 6.7 točka 2. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, moglo biti zatraženo uklanjanje imena kandidata s kandidacijske liste. Istina, osporenom odlukom je, primjenom članka 6.7 točka (3) Izbornoga zakona, poništena ovjera žalitelja kao neovisnoga kandidata, za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2012. godine, ali su posljedice po žalitelja iste - onemogućavanje žalitelju da sudjeluje na Lokalnim izborima 2012. godine kao neovisnom kandidatu za načelnika Zenice. Po shvaćanju suda, poništenje ovjere političkog subjekta, može se izreći samo u slučaju kada se u postupku utvrdi da je određeni politički subjekt nezakonito registriran, što ovdje nije slučaj. Smisao odredbe članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona je zabranjivanje svakoga neprimjerenog vođenja izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, a posebno ono koje može biti uvredljivo ili ponižavajuće prema pripadnicima različitih spolova.

Također, po shvaćanju Apelacijskoga vijeća, a suprotno navodima žalitelja, nevažno je vlasništvo na mrežnoj stranici na kojoj su se nalazile fotografije i videozapisi „za odrasle“ izrazito pornografskog sadržaja, jer je, u smislu odredbe članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona, samo značajno tko preko elektroničkih i tiskanih medija vodi nepri-mjerenu kampanju, odnosno kampanju na način suprotan zakonu, kao što je to u konkretnom slučaju. Vođenje kampanje podrazumijeva radnje i postupke kojima politički subjekti na zakonom dozvoljeni način upoznaju birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Osim toga, izlaganjem fotografija i videozapisa pornografskoga sadržaja putem navedene mrežne stranice, žalitelj je omogućio svakoj osobi i maloljetnoj i punoljetnoj pregledavanje navedenih fotografija i videozapisa, jer je navedena mrežna stranica postavljena tako da svatko, pa i maloljetna osoba, može klikom izvršiti uvid u navedene pornografske sadržaje, jer ne postoje mehanizmi koji bi mogli spriječiti maloljetne osobe da to učine.



## Slučaj 2 – Prigovor Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD

Na temelju članka 6.6 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“, br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20.04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08 i 32/10, 18/13, 7/14 i 31/16) odlučujući po prigovoru političkoga subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD u postupku utvrđivanja kršenja odredbi članka 7.4 stavak (1) točka 3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane D.S, kandidata političkoga subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu RS, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 69. sjednici, održanoj 18. 10. 2018. godine, d o n i j e l o

### ODLUKU

Prigovori političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD se odbacuju kao neutemeljeni.

### Obrazloženje

Središnjem izbornom povjerenstvu Bosne i Hercegovine su dana 7. 10. 2018. godine u 9,42 h i dana 7. 10. 2018. godine u 11:57 sati, putem telefaksa, dostavljeni prigovori političkoga subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD koji se odnose na kršenje odredbe članka 7.4 stavak (1) točka 3) Izbornog zakona BiH od strane D. S., kandidata političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu.

Podnositelj prigovora u prigovoru navodi kako je D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za zastupnika u Narodnoj skupštini RS, dana 7. 10. 2018. godine, na svom Facebook profilu objavio fotografije s porukama koje su usmjerene ka cilju utjecaja na birače te po navodima podnositelja prigovora predstavljaju promociju njegovoga dosadašnjeg političkog rada, kao i promoviranje političkoga subjekta Partije demokratskog progresa i njenih kandidata na listi.

Središnje izborno povjerenstvo BiH je, sukladno članku 6.3 stavak (2) Izbornoga zakona BiH, gore navedene prigovore, dostavilo na očitovanje političkom subjektu Partiji demokratskog progresa, kao i D. S., kandidatu političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu RS.

Politički subjekt Partija demokratskog progresa u svojoj izjavi od 16. 10. 2018. godine na prigovor navodi kako politički subjekt Partija demokratskog progresa, te njezin kandidat D. S. u cijelosti odbacuju navode iz prigovora te kako je profil kandidata navedenoga političkog subjekta D. S. njegov osobni profil na društvenoj mreži te da se isti na bilo koji način ne može svesti pod pojam „javne političke aktivnosti“. Dalje navodi, kako kandidat D. S. ni na koji način nije vršio niti je sudjelovao u bilo kojoj političkoj aktivnosti

te da objave koje je postavio na svom osobnom Facebook profilu su zapravo isključivo poziv njegovim prijateljima za izlazak na izbore, kao i to da iste ne predstavljaju prijedlog njegovim prijateljima za koga glasovati. Dalje navodi, kako kandidat D. S. ni na koji način nije povrijedio zabranu odredbe članka 7.4. stavak (1) točka 3) Izbornoga zakona BiH jer ni na koji način nije sudjelovao u bilo kojoj javnoj aktivnosti, niti je utjecao na birače, nego je isključivo na svom osobnom Facebook profilu pozvao svoje prijatelje na izlazak na glasovanje. Iz svega naprijed navedenoga, politički subjekt Partija Demokratskog progresa predlaže da se prigovor političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD odbaci kao neutemeljen.

D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu RS u svoj izjavi od 16. 10. 2018. godine navodi kako u cijelosti odbacuje navode iz prigovora kao i da je Facebook profil, na kojemu su objavljenje sporne fotografije s porukama, njegov osobni profil te da se isti na bilo koji način ne mogu svesti pod pojam „javne političke aktivnosti“. Dalje navodi, kako dana 7. 10. 2018. godine nije vršio niti sudjelovao na bilo koji način u bilo kojoj javnoj aktivnosti te da su sporne objave bile isključivo poziv njegovim prijateljima za izlazak na izbore, ali ne i prijedlog za koga glasovati.

Budući da je utvrđeno kako se navedeni prigovori temelje na istom činjeničnom stanju, kao i na istom pravnom temelju, a da je Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine stvarno mjerodavno u pogledu rješavanja navedenih prigovora, donijelo je zaključak broj: 01-1-07-5-1033-8/18 od 18. 10. 2018. godine, o vođenju jednog postupka.

*Odredbom članka 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornoga zakona BiH je propisano da u razdoblju koje počinje 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, koalicijama, listama neovisnih kandidata i neovisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina zabranjeno je sudjelovanje u javnim političkim aktivnostima što uključuje, ali se ne ograničava samo na sljedeće: uporaba domaćih i međunarodnih sredstava komunikacije s ciljem utjecaja na birače.*

Cijeneći postojeće dokaze u spisu predmeta (fotografije s porukama Facebook profila korisnika D. S.) Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je ocijenila kako fotografije s porukama kako u cjelini, tako i u pojedinim njenim dijelovima, ne predstavljaju poruku, prijedlog ili poziv biračima na glasovanje za političkog subjekta Partije demokratskog progresa ili za D. S., kandidata za zastupnika u Narodnoj skupštini RS, odnosno kako fotografije s porukama ne predstavljaju kršenje odredbe članka 7.4 stavak (1) točka 3) Izbornoga zakona BiH

## Slučaj 2 - Odluka Suda BiH - Prigovor Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD

Sud Bosne i Hercegovine u Sarajevu, u vijeću Apelacijskoga odjela sastavljenom od sudca Srete Crnjaka, kao predsjednika vijeća, Dinke Bešliagić-Čovrk i Vesne Trifunović, kao članova vijeća, odlučujući o žalbi Saveza nezavisnih socijaldemokrata – NSD sa sjedištem u Banjoj Luci, ul. Petra Kočića broj 5, izjavljenoj protiv odluke Središnjega izbornoga povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj: 05-1-07-5-1033-9/18 od 18. 10. 2018. godine, donio je

### RJEŠENJE

*Žalba se usvaja pa se Odluka Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj 05-1-07-5-1033-9/18 od 18. 10. 2018. godine, poništava i predmet vraća Središnjem izbornom povjerenstvu na ponovni postupak i donošenje odluke.*

### Obrazloženje

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, prigovori, izjavljeni 7. 10. 2018. godine, od strane Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD su odbačeni kao neutemeljeni.

Prethodno, zaključkom od 18. 10. 2018. godine, Središnje izborno povjerenstvo BiH je, primjenom odredbe članka 118. ZUP BIH, donijelo odluku kojom je izvršeno spajanje dvaju prigovora političkog subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata od 7. 10. 2018. godine te je u stavku 2. odlučeno kako će se, na temelju izjavljenih prigovora, voditi jedinstveni postupak.

Naime, SNSD je sukladno Poglavlju 6 Izbornoga zakona BiH podnio prigovor SIP-u BiH protiv političke stranke PDP – Mladen Ivanić zbog kršenja članka 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornog zakona BiH od strane D. S.

SIP BIH je žalbenim rješenjem odbio prigovore SNSD-a (oba izjavljena 7. 10. 2018. godine) ocijenivši fotografije s porukama objavljenim na Facebook profilu kandidata političkog subjekta Partije demokratskog progresa D. S., takvim da niti u cjelini, niti u pojedinim dijelovima ne predstavljaju poruku, prijedlog ili poziv biračima za glasovanje za navedeni politički subjekt ili za samog kandidata za zastupnika u NS RS, obrazlažući da time nije prekršena odredba članka 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornog zakona BiH.

Žalitelj ovakvu odluku Središnjega izbornog povjerenstva BiH pobija zbog pogrešno i nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja i povrede odredbi Izbornoga zakona. Ističe kako SIP BIH donošenjem osporene odluke nije pravilno utvrdio činjenično stanje, budući da je D. S., 7. 10. 2018. godine na svom Facebook profilu objavio tekst s fotografijama, s ciljem utjecaja na birače kao i da objavljeni tekst predstavlja poruku, prijedlog ili poziv

biračima kako glasovati. Tekst: „Glasovao sam za Vukotu, Ivanića i svoje kandidate s liste PDP-a, broj 5 misli na vas“ predstavlja kršenje odredbe članka 7.4 stavak 1. točka 3 Izbornog zakona BiH. Imajući u vidu odredbu citiranog članka koja jasno propisuje zabranjeno ponašanje političkih subjekata i njihovih kandidata 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta pa do njihovog zatvaranja postavlja se pitanje na koji način i koje je dokaze SIP BiH cijenio prilikom donošenja žalbene odluke. Objavljeni tekst nesumnjivo predstavlja neizravan poziv za glasovanje za Vukotu, Ivanića i kandidate na listi PDP-a. Konačno, ako imamo u vidu da je politička aktivnost redovita rad i izborna kampanja jasno je kako objave D. S. na osobnom Facebook profilu predstavljaju kršenje odredbe članka 7.4 stavak 1. točka 3. Izbornog zakona BiH. Ovo posebno iz razloga jer Izborni zakon jasno propisuje radnje koje predstavljaju izbornu kampanju, kao i razdoblje za njihovo poduzimanje. Predlaže Sudu BiH usvajanje žalbe, poništenje Odluke SIP-a BiH i vraćanje predmeta na ponovno odlučivanje.

Dat je odgovor na žalbu s prijedlogom da se žalba odbije kao neutemeljena. Ovo, iz razloga što SIP BiH ni na koji način nije utvrdio da sporne fotografije s porukama predstavljaju kršenje Izbornog zakona, već poziv biračima da iskoriste svoje demokratsko pravo i izađu na izbore u što većem broju.

Ispitujući pobijanu odluku u okviru žalbenih navoda vijeće Apelacijskoga odjela Suda Bosne i Hercegovine je zaključilo kako je žalba neutemeljena.

Nepravilna je i nezakonita odluka Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine kojoj je odbijen prigovor SNSD-a koji se odnosi na kršenje odredbe članka 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornog zakona BiH.

Odredbom članka 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornog zakona BiH, između ostalog, propisano je da u razdoblju koje počinje 24 sata prije otvaranje biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, koalicijama, listama neovisnih kandidata i neovisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnim manjina zabranjeno je (...) 3. uporaba domaćih i međunarodnih sredstava komunikacija s ciljem utjecaja na birače; Stavkom 2 propisano je da se pod sredstvima komunikacije iz točke 3) stavka (1) ovog članka podrazumijevaju sredstva kojima se može isporučiti zvučni, video ili tekstualni program, tiskane medije, internet, SMS poruke ili videozapisi isporučeni putem mobilnih telefona itd.

Iz obrazloženja Odluke SIP-a BiH proizlazi da SIP, cijeneći objavljene fotografije s porukama, kako u cjelini, tako i u pojedinim dijelovima, nije pronašao sadržaj koji bi predstavljao poziv, prijedlog ili poruku biračima kako glasovati, odnosno kako je objavljenim tekstom pokušao vršiti utjecaj na birače.

Suprotno takvom utvrđenjem SIP-a BiH, ovo vijeće je zaključilo da iz sadržaja

objavljenog teksta proizlazi da je isti u izravnoj opreci s člankom 7.4 stavak (1) točka 3. Izbornog zakona BiH.

Prije svega, za ovo vijeće je nesporno kako je tekst s fotografijom objavljen upravo s ciljem utjecaja na birače, način njihovog glasovanja i to na dan održavanja izbora, što je odredbom citiranog članka propisano kao nedozvoljeno.

Ovo posebno kada se ima u vidu priroda društvenih mreža, pa samim tim i Facebook profila. Naime, Facebook je internetska društvena mreža koja je pristupačna ogromnom broju građana i ima veliki broj korisnika, te se rabi u svrhu promocije, reklamiranja pa i pozivanja. S obzirom na tu nepobitnu činjenicu, utemeljeno se žalbom ukazuje kako je sporni tekst iznesen na privatnom Facebook profilu D. S. namijenjen široj javnosti, in concreto, biračima s ciljem utjecaja na iste i način njihovog glasovanja. Ovo posebno iz razloga što je objavljen na sam dan održavanja izbora, 7. 10. 2018. godine, kakvo ponašanje, u smislu odredbe članka 7.4 stavak (1) točka 3 Izbornog zakona BiH, nije dozvoljeno političkim strankama, koalicijama, listama neovisnih kandidata i neovisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina.

S obzirom na navedeno, vijeće zaključuje kako ocjena SIP-a BiH u svezi objavljenih fotografija s porukama kandidata političkog subjekta Partije demokratskog progresa nije sukladna citiranoj odredbi Izbornog zakona BiH pa samim time nije pravilno primijenjena navedena odredba.

U ponovljenom postupku SIP BiH je dužan ponovnom analizom teksta pravilno utvrditi je li došlo do povrede odredbe članka 7.4 Izbornog zakona BiH, nakon čega će, posebno vodeći računa o ukazanim primjedbama, donijeti pravilnu i zakonitu odluku.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovog vijeća, pobijana odluka Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine je nepravilna i nezakonita, a žalba utemeljena pa je istu, primjenom odredbe članka 8.1. stavak 1. Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine (Sl. glasnik BiH br. 19/02 do 74/10) valjalo usvojiti, poništiti Odluku SIP-a BiH i naložiti otklanjanje nepravilnosti kojima je povrijeđeno izbornopravo.

### **Slučaj 3 - A-SDA Stranka demokratske aktivnosti**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i članka 114, a u svezi s člancima 115. i 116. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16) i članka 16.14 stavak (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupaju-

ći po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkog subjekta A-SDA Stranka demokratske aktivnosti (kod 00882), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

## O D L U K U

(1) Politički subjekt A-SDA Stranka demokratske aktivnosti (kod 00882), odgovoran je što je S. Š., kandidat ovoga političkog subjekta putem društvenih mreža Facebook i Instagram vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## O b r a z l o ž e n j e

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 18. 9. 2020. godine putem pošte primila od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi kako je kandidat političkoga subjekta A-SDA Stranka demokratske aktivnosti za načelnika Općine Zavidovići S. Š., vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvenih mreža Facebook i Instagram te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju su priloženi i snimci sponzoriranih objava.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdilo kako je isti dopušten, ali je podnesen od neovlaštene osobe iz kojih razloga je, u smislu članka 6.2 stavci (2) i (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo BiH je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-883-2/20 od 21. 9. 2020. godine, inicijativu dostavilo političkome subjektu A-SDA Stranka demokratske aktivnosti na očitovanje, kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni njegov kandidat S. Š., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

Politička stranka A-SDA Stranka demokratske aktivnosti i kandidat S.Š nisu dostavili očitovanja na navedenu inicijativu.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je između ostalog, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenoga početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojemu politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) propisano je da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojemu politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a **točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojega drugog vida javnoga oglašavanja političkog subjekta i točkom g) da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.**

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvenih mreža Facebooka i Instagrama, Središnje izorno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt** A-SDA Stranka demokratske aktivnosti **odgovoran za kršenje članka 16.14 stavak (3)** Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, jer je S. Š., kandidat ovoga političkog subjekta putem društvenih mreža Facebook i Instagram vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i snimke navedenih objava na društvenim mrežama, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da je S. Š., kandidat političkoga subjekta A-SDA Stranka demokratske aktivnosti, upoznao birače i javnost sa svojom kandidaturom za načelnika Općine Zavidovići.

Odgovornost političkoga subjekta A-SDA Stranka demokratske aktivnosti temelji se na činjenici da je S. Š. kao kandidat predložen ispred ovoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine za načelnika Općine Zavidovići.



Kod odmjera vanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena učinjenom prekršaju te kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava S. Š. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

*Slučaj 3 – na odluku SIP-a BiH nije bilo žalbe.*

#### **Slučaj 4 – Demokratska Fronta (M. L.)**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i članka 114, a u svezi s člancima 115. i 116. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16) i članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti u predmetu kršenja Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političke stranke Demokratska fronta (kod 01698), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 71. sjednici, održanoj 29. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politička stranka Demokratska fronta (kod 01698) odgovorna je što je M. L., kandidatkinja ove političke stranke za Gradsko vijeće Grada Goražda na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje, pa joj se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## Obrazloženje

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 5. 10. 2020. godine putem pošte primilo od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi kako je kandidatkinja za Gradsko vijeće Grada Goražda M. L. ispred političke stranke Demokratska fronta vodila plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te da je na taj način ova politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju je priložen i snimak sponzorirane objave.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdilo kako je isti dopušten, ali ga je podnijela neovlaštena osoba te iz tog razloga je, u smislu članka 6.2 stavak (2) i (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-1055-2/20 od 14. 10. 2020. godine, inicijativu dostavilo navedenoj političkoj stranci na očitovanje kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni kandidat M. L. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 16. 10. 2020. godine, politička stranka Demokratska fronta je elektroničkim putem dostavila očitovanje na navedenu inicijativu u kojem navode da Služba za odnose s medijima i Središnji izborni stožer Demokratske fronte imaju administraciju isključivo nad Facebook stranicom Demokratske fronte Bosne i Hercegovine te na istoj vrši upravljanje i kontrolu nad svim objavama. Nadalje, navode kako ostale Facebook stranice, koje na bilo koji način nose naziv Demokratska fronta, nisu pod njihovom kontrolom.

Također, navode kako kandidatkinja M. L. ni na koji način nije Tajništvo obavijestila o plaćenom sponzoriranju navedenih objava na spomenutoj stranici, ali su u kontaktu s njom saznali kako je kandidatkinja sponzorirala objavu na pet dana u iznosu od 5 američkih dolara (8,25KM) te da nije bila upoznata sa zabranom istoga, ali isto nije ponovila. Nadalje, navode kako ovo treba smatrati njenim službenim očitovanjem jer kandidatkinja nije u mogućnosti pismeno se izjasniti u predviđenom roku.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenoga javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarnih tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojemu politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a **točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnoga oglašavanja političkog subjekta i točkom g) da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.**

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politička stranka Demokratska fronta odgovorna za kršenje članka 16.14 stavak (3)** Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer je M. L., kandidatkinja ove političke stranke na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i tekst iz navedene objave, u kojoj se između ostalog spominje kandidatura M. L. za vijećnika grada Goražda, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja na način da je M. L., kandidatkinja ispred političke stranke Demokratska fronta, upoznavała birače i javnost sa svojom kandidaturom za Gradsko vijeće Grada Goražda na općinskim lokalnim izborima 2020 godine, uz navode „Budite uz mene do kraja.“

Odgovornost političke stranke Demokratska fronta temelji se na činjenici da je M. L. kao kandidatkinja predložena ispred ove političke stranke i kao takva ovjerena za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine za Gradsko vijeće Grada Goražda.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je uzelo kao olakšavajuću okolnost priznanje od strane političke stranke i izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena **učinjenom prekršaju i** kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava ove političke stranke na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

#### **Slučaj 4 – Odluka Suda BiH Demokratska Fronta (M. L.)**

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 LZ 038660 20 lž od 9. 11. 2020. godine, Sud Bosne i Hercegovine donio je,

### **R J E Š E N J E**

Žalba se odbija.

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, utvrđeno je kako je politička stranka Demokratska fronta (kod 01698) odgovorna što je M. L., kandidatkinja ove stranke za Gradsko vijeće Grada Goražda, na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje pa joj je zbog kršenja odredbe članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine primjenom odredbe članka 19.9 stavak 1. točka t) istoga zakona izrečena novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM.

Protiv navedene odluke žalbu je pravodobno izjavila politička stranka Demokratska fronta zbog pogrešno utvrđenoga činjeničnog stanja i pogrešne primjene materijalnoga propisa uz prijedlog da se žalba uvaži i predmet vrati SIP-u BiH na ponovno razmatranje i odlučivanje. Pogrešno utvrđeno činjenično stanje se ogleda u činjenici što je administrator stanice, a ne profila kako se nepravilno navodi u pobijanoj odluci, privatna osoba M. L., koja nije ovlaštena za vođenje izborne kampanje Demokratske fronte, kao i da žalitelj nije ni na koji način putem Facebook stranice vodio plaćenu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje. Žalitelj ne može vršiti kontrolu nad svim Facebook stranicama koje na bilo koji način nose ili spominju naziv stranke Demokratska fronta iz razloga što je Facebook platforma na kojoj svaki pojedinac ima mogućnost otvoriti stranicu pod bilo kojim nazivom te na način objavljivati svaki mogući sadržaj. Dalje, ističe kako je Središnji izborni stožer Demokratske fronte na 2. sjednici, od 7. 9. 2020. godine, donio smjernice u kojima je jasno navedeno da sve općinske/gradske organizacije i kandidati moraju upoznati Tajništvo stranke o svim načinima javnog oglašavanja te da je plaćeni marketing od 16. 20. 2020. godine. Smatra kako je SIP BiH trebao voditi računa da Facebook stranica nije u BiH definirana kao medij, da Demokratska fronta ni

na koji način nije vodila plaćenu kampanju u razdoblju od raspisivanja izbora do dana službenoga početka izborne kampanje, da se administrator stranice pod nazivom M. L., koji je učinio prekršaj iz članka 19.9 stavak 1. stavak točka t) Izbornog zakona BiH, može smatrati simpatizerom političkog subjekta, ali da člankom 19.9 stavak 2. nije predviđeno kažnjavanje političkog subjekta u slučaju da simpatizer istog učini prekršaj iz stavak 1. točka t) Izbornog zakona BiH.

U odgovoru na žalbu Središnje izborno povjerenstvo BiH je predložilo da se žalba odbaci kao neutemeljena.

Ispitujući žalbenu odluku u okviru žalbenih navoda, vijeće Apelacijskoga odjela Suda BiH je zaključilo:

Žalba nije utemeljena.

Iz stanja u spisu proizlazi kako je Središnje izborno povjerenstvo BiH (u daljnjem tekstu: SIP BiH) u smislu članka 6.2 stavci 2. i 3. Izbornoga zakona BiH, podnesak Transparency International BiH od 5. 10. 2020. godine smatralo inicijativom za pokretanje postupka i isti vodilo po službenoj dužnosti.

Prema stanju spisa te dokaza koji se nalaze u spisu, utvrđene su odlučne činjenice koje upućuju na kršenje odredbe članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona BiH jer je politička stranka izvršila plaćeno političko oglašavanje prije službenog početka izborne kampanje na način da je kandidatkinja ove stranke za Gradsko vijeće Grada Goražda M. L. na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona BiH propisano je kako je zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

Odredbom članka 2. stavak 1 točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (Službeni glasnik BiH broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) istoga članka propisano je da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugoga vida javnog oglašavanja političkog subjekta, a točkom g) da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, pokrenutih reklama i svaki drugi vid oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u spis predmeta i dostavljenih snimaka zaslona s društvene mreže Facebook, ovo vijeće zaključuje kako je neosporna činjenica na koju je u podnesku od 5. 10. 2020. godine ukazao Transparency International BiH, da je na spornoj Facebook objavi navedeno da je ista sponzorirana, što ukazuje na vođenje plaćene izborne kampanje. Tekst navedene objave u kojoj se, između ostaloga, spominje kandidatura M. L. za vijećnicu za Gradsko vijeće Grada Goražda, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja na način da je navedena kandidatkinja ispred političke stranke Demokratska fronta, upoznavala birače i javnost sa svojom kandidaturom za Gradsko vijeće Grada Goražda na Lokalnim izborima 2020. godine, uz navode „Budite uz mene do kraja“ vršeci na taj način vlastitu promociju.

Prema shvaćanju Apelacijskoga vijeća, nevažni su žalbeni navodi kako je administrator stranice, a ne profila, pod nazivom M. L. privatna osoba koja nije ovlaštena za vođenje izborne kampanje Demokratske fronte. To iz razloga što je na Facebook objavi pored imena kandidatkinje M. L. istaknut i logo političkoga subjekta koji ukazuje sponzoriranu objavu. Odgovornost političke stranke Demokratska fronta temelji se na činjenice da je M. L. kao kandidatkinja predložena ispred ove političke stranke i kao takva ovjerena za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine za Gradsko vijeće Grada Goražde.

Imajući u vidu da je SIP BiH donio Odluku o raspisivanju i održavanju Lokalnih izbora 2020. godine broj 05-1-07-1-393-1/20 od 7. 5. 2020. godine te se prema shvaćanju Apelacijskoga vijeća ovakvi oglasi smatraju promocijom političkog subjekta.

Analognom primjernom odredbe članka 7.1 stavak 1. točka 3. Izbornoga zakona koja regulira pravila ponašanja u izbornoj kampanji, ovo vijeće zaključuje kako se tiskanjem i dijeljenjem plakata, postera i drugog materijala u svezi izborne kampanje provodi u izbornom razdoblju, dakle iste radnje su zabranjene u razdoblju od raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

S obzirom na sve navedeno, po ocjeni ovoga vijeća, pobijana Odluka Središnjega izbornog povjerenstva BiH je pravilna i zakonita, a žalba neutemeljena, pa je istu, primjenom odredaba članka 81. stavak (1) Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik BiH, broj 19/02, 88/007, 83/08 i 74/10) valjalo odbaciti.

### **Slučaj 5 – Narod i pravda (K. H.)**

Na temelju članka 6.6 stavak (1), članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i postupajući po prigovoru političkoga subjekta Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, u postupku utvrđivanja kršenja

članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkoga subjekta Narod i pravda (kod 02317), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

## O D L U K U

(1) Politički subjekt Narod i pravda (kod 02317) odgovoran je što je K. H., kandidat ovoga političkog subjekta za gradonačelnika Grada Bihaća putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## O b r a z l o ž e n j e

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 21. 9. 2020. godine putem elektroničke pošte pokret.pomak@gmail.com primilo od Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu - POMAK prigovor u kojem se navodi kako je kandidat stranke Narod i pravda za gradonačelnika Grada Bihaća vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak zaslona sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnesen od ovlaštene osobe i pravodoban.

Postupajući po prigovoru, Središnje izborno povjerenstvo BiH je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-976/20 od 24. 9. 2020. godine, prigovor dostavilo političkom subjektu Narod i pravda na očitovanje, kao i da se na navode iz prigovora posebno izjasni njegov kandidat K. H., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 26. 9. 2020. godine, su Narod i pravda i kandidat K. H. elektroničkim putem dostavili očitovanja na navedeni prigovor u kojim navode kako odbacuju navode iz prigovora te da se navedene aktivnosti poduzimaju isključivo kao redovita aktivnost sukladno Statutu stranke i iste nisu u suprotnosti s Izbornim zakonom BiH.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih



i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenoga početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojega drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljenih snimki zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt Narod i pravda odgovoran za kršenje članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine** jer je K. H., kandidat ovoga političkog subjekta putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimak navedene objave na društvenoj mreži, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenog početka izborne kampanje na način da je K. H., kandidat političkoga subjekta Narod i pravda, upoznao birače i javnost sa svojom kandidaturom za gradonačelnika Grada Bihaća.

Odgovornost političkoga subjekta Narod i pravda temelji se na činjenici da je K. H. kao kandidat predložen ispred ovoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine za gradonačelnika Grada Bihaća.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena učinjenom prekršaju te da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno te svih dokaza zajedno, a posebno ocjenom sporne objave K. H. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

*Slučaj 5 – Narod i pravda – Na odluku SIP-a BiH nije bilo žalbe.*

### **Slučaj 6 - Nezavisna bosanskohercegovačka lista (H. M.)**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i članka 114, a u svezi s člancima 115. i 116. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16) i članka 16.14 stavak (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine od strane političkog subjekta Nezavisna bosanskohercegovačka lista (kod 02328), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 70. sjednici, održanoj 28. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista (kod 02328), odgovoran je što je H. M., kandidat za načelnika Općine Zavidovići ovoga političkog subjekta, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

### **O b r a z l o ž e n j e**

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 30. 9. 2020. godine putem adrese elektroničke pošte Transparency.International@europe.com od Transparency International Bosne i Hercegovine primilo informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi kako je kandidat Nezavisne bosanskohercegovačke liste za načelnika Općine Zavidovići H. M. vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže

Facebook te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju je priložen i snimak sponzorirane objave.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdilo kako je isti dopušten, ali ga je podnijela neovlaštena osoba te iz tog razloga je, u smislu članka 6.2 stavci (2) i (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, predmetni podnesak cijenilo kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodilo po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo BiH je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-992-2/20 od 1. 10. 2020. godine, inicijativu dostavilo političkom subjektu Nezavisna bosanskohercegovačka lista na očitovanje, kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni njegov kandidat H. M. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 2. 10. 2020. godine, su Nezavisna bosanskohercegovačka lista i njen kandidat za načelnika Općine Zavidovići H. M. elektroničkim putem dostavili očitovanja na navedenu inicijativu u kojima navode kako odbacuju navode iz inicijative.

Kandidat H. M. tvrdi kako nije vršio kupovinu biračkih mjesta od bilo kojega političkog subjekta niti je sudjelovao u političkim aktivnostima osim onih koje u okviru ovlaštenja vrši kao općinski načelnik te da nije provodio, niti osobno niti kao kandidat, bilo kakvo političko plaćeno oglašavanje i promoviranje, a da se kontinuirane aktivnosti promocije općinskog tijela uprave vrše s lažnih profila od strane poznatih osoba. U konkretnom slučaju tvrdi kako iza lažne Facebook stranice pod nazivom NBL stoje pojedinci koji dezinformiraju javnost s Facebook profila „Informer“, S. S., H. Ć. H. i dr.

Politički subjekt u svoj izjavi tvrdi kako poštuje odredbe Izbornoga zakona BiH i ne vrši nikakve promocije političkoga subjekta i niti kandidata. Navodi kako je prilog u prijavi s lažnog profila te da se s više lažnih profila pokušava diskreditirati osoba i dostojanstvo kandidata H. M. i kako nemaju svoj profil na Facebooku.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarnih tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.”

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim

Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista odgovorna za kršenje članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine**, jer je H. M., kandidat ovog političkog subjekta, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i snimke navedene objave na društvenoj mreži, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenog početka izborne kampanje na način da je H. M., kandidat političkog subjekta Nezavisna bosanskohercegovačka lista upoznao birače i javnost sa svojom kandidaturom za načelnika Općine Zavidovići.

Odgovornost političkoga subjekta Nezavisna bosanskohercegovačka lista temelji se na činjenici da je H. M. kao kandidat predložen ispred ovoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020.godine za načelnika Općine Zavidovići.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena **učinjenom prekršaju** i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga, savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno, a posebno ocjenom sporne objave H. M. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine

ne je na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila kao u dispozitivu odluke.

### **Slučaj 6 – Odluka Suda BiH - Nezavisna bosanskohercegovačka lista (H. M.)**

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine broj: S1 3 lž 038595 20 LŽ od 4. 11. 2020. godine, Sud Bosne Hercegovine donio je

### **R J E Š E N J E**

Žalba se odbija.

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, utvrđeno je kako je politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista (kod 02328) odgovorna što je H. M., kandidat ovoga političkog subjekta za načelnika općine, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, za što je izrečena novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM koja će se uplatiti u roku od 8 dana od pravosnažnosti odluke na račun Ministarstva financija i trezora BIH.

Protiv ove odluke politička stranka je pravodobno izjavila žalbu u kojoj je navela kako je sponzorirana objava i promoviranje predloženoga načelnika za općinu vršeno s lažnog profila pod nazivom Nezavisna Bosansko Hercegovačka lista. Naziv ovoga lažnog profila generiran je u \_\_\_\_\_ nije isti s nazivom stranke, sadržaj na profilu je nepismen, ima jeftine objave i više je nego očigledno kako se radi o podmetanju. Na temelju ukazivanja povjerenika stranke na ovaj problem dana 16. 10. 2020. godine stranka je izradila svoj profil NBL \_\_\_\_\_ kao jedini pravi profil za promoviranje kandidata stranke. Predlažu uzimanje u obzir svih dostavljenih objava s lažnoga profila te da se na temelju formulacije rečenice procjeni o čemu se zapravo radi, da se sankcionira odgovorna osoba za narušavanje ugleda stranke te smatra kako navedeni politički subjekt ne krši zakon.

U odgovoru na žalbu, Središnje izorno povjerenstvo Bosne i Hercegovine predložilo je da Sud predmetnu žalbu odbije kao neutemeljenu jer su neprihvatljivi navodi kako je plaćena izborna kampanja prije službenoga početka kampanje vršena s lažnog profila.

Žalba nije utemeljena.

Na ovaj način utvrđene su sve činjenice značajne za utvrđivanje odgovornosti političkoga subjekta za kršenje Izbornoga zakona, a odnose se na činjenice kako je objava na društvenoj mreži radnja usmjerena na upoznavanje birača s programom i kandidatom te je izvršena prije službenoga početka kampanje i kako se radi o sponzoriranoj objavi,

dakle, plaćenju kampanji. Time je postupljeno suprotno članku 16.14 stavak 3 Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine pa je žalbenim rješenjem i pravilnom primjenom navedene odredbe utvrđena odgovornost političkog subjekta za kršenje zakonskih odredbi od strane njegovoga kandidata i izrečena novčana kazna političkom subjektu primjenom članka 6.7 stavak (1) točka 1 i članka 19.9 stavak (1) navedenoga zakona.

Neutemeljeni su navodi žalbe kako nema odgovornosti podnositelja žalbe kao političkoga subjekta jer je objavljivanje izvršeno s lažnog profila. Prije svega objavljivanje je vršeno s profila na društvenoj mreži koja pripada njihovom kandidatu. Nadalje, sadržaj, koji je objavljen, vrši promociju stranke i kandidata pa su navodi žalbe kako narušavaju ugled i diskreditiraju stranku i kandidata neprihvatljivi.

Prilikom odmjeravanja visine izrečene novčane kazne Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine cijenila je kako je izrečena minimalna novčana kazna primjerena učinjenom prekršaju i kako će se njom ostvariti svrha kažnjavanja, na koji način su cijenjene sve okolnosti značajne za određivanje visine novčane kazne.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovog vijeća, pobijana Odluka Središnjega izbornog povjerenstva BiH je pravilna i zakonita, a žalba neutemeljena pa je istu, primjenom odredaba članka 81. stavak 1. Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine (Službeni glasnik BiH broj 19/02, 88/07, 83/08 I 74/10), valjalo odbiti.

### **Slučaj 7 - Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i članka 114., a u svezi s člancima 115. i 116. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16), a u svezi s člankom 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkoga subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH (kod 02711), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 71. sjednici, održanoj 29. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH (kod 02711) je odgovoran što je SDBiH Zenica ispred ovoga političkog subjekta putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora Bosne i Hercegovine.

### **O b r a z l o ž e n j e**

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, dana 5. 10. 2020. godine, putem pošte primilo od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi kako su Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH vodile plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te da je na taj način ovaj politički subjekt postupio suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju je priložen i snimak zaslona sponzorirane objave.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila kako je isti dopušten, ali ga je podnijela neovlaštena osoba te iz tog razloga je, u smislu članka 6.2 stavci (2) i (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, predmetni podnesak cijenilo kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodilo po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-1143-2/20 od 13. 10. 2020. godine, inicijativu dostavilo političkom subjektu Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH na očitovanje u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 16. 10. 2020. godine, politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH je elektroničkim putem dostavio očitovanje na navedenu inicijativu u kojem navodi kako se na dostavljenim snimcima ne radi o plaćenju promociji izborne kampanje, izbora, kandidata, liste, programa niti bilo čega u svezi s predstojećim izborima. Navodi kako sponzorirani poziv na sastanak nije promotivnoga karaktera, već isključivo poziv na prisustvo internom skupu Foruma mladih SDBiH Zenica kao unutarnjega oblika organiziranja sukladno Statutu SDBiH. Navodi kako su na organizirani sastanku bili pozvani i mladi drugih političkih opcija te da član Foruma mladih može biti i osoba koja nije član SDBiH.

Javno političko oglašavanje se ne može tretirati kao poziv na interni skup jer je poziv poslan svim političkim subjektima u gradu, a ne mladima drugih političkih subjekata. Osim toga, poziv na interni skup sadrži i promociju ideja političkoga subjekta u čijem središtu su mladi. Pored samoga poziva na interni skup istaknut je logo političkoga



subjekta što ukazuje upravo na navedeni politički subjekt, a u dostavljenim dokazima (sponzoriranoj objavi) vidljivo je kako se radi o razdoblju prije službenoga početka izborne kampanje.

Odredbom **članka 16.14** stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektoničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarinih tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.”

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljenu snimku zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborna povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH odgovoran za kršenje članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine** jer je SDBiH Zenica ispred ovoga političkog subjekta na društvenoj mreži Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i snimak navedene objave na društvenoj mreži Facebook, proizlazi neosporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da su SDBiH Zenica i Forum mladih SDBiH Zenica ispred političkog subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH upoznawali birače i javnost sa svojim programom za predstojeće izbore.

Osim toga, prema Statutu SDBiH, Forum mladih SDBiH je unutarnji oblik organiziranja. Shodno navedenom, odgovornost političkoga subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH temelji se na činjenici da je i Forum mladih SDBiH Zenica ispred navedenoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je kao olakšavajuću okolnost uzelo u obzir priznanje ovoga političkog subjekta da je izvršio plaćeno oglašavanje iz kojih razloga je i izrečena novčana kazna u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine.

Iz ovih razloga Središnje izborno povjerenstvo BiH smatra kako je novčana kazna izrečena u dispozitivu odluke primjerena **učinjenom prekršaju** i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga, savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno te posebno ocjenom sporne objave SDBiH Zenica ispred političkoga subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornog zakona BiH, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

### Slučaj 7 – Odluka Suda BiH - Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine

U predmetu suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 LŽ 038657 20 lž od 10. 11. 2020. godine, Sud Bosne i Hercegovine donio je,

### R J E Š E N J E

Žalba se odbija.

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, podnositelju žalbe, političkoj stranci Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine izrečena je novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM zbog kršenja odredbe članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Navedenom odlukom utvrđena je odgovornost političke stranke što je SDBiH Zenica ispred svog političkog subjekta putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

Protiv navedene odluke žalbu je pravodobno izjavila politička stranka Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine zbog pogrešnoga i nepotpunoga utvrđenog činjeničnog sta-

nja. Prije svega, smatraju kako u smislu članka 6. stavak 2. Izbornoga zakona BiH prijava Transparency International Bosne i Hercegovine nepravodobna pa predlažu odbacivanje iste, a što je Središnje izborno povjerenstvo propustilo cijeliti u svojoj odluci. Žalitelj, nadalje, ističe i kako je pobijana odluka nezakonita, jer smatra kako sponzorirani poziv na sastanak ni na koji način nije promotivnoga karaktera u svrhu plaćenoga vođenja izborne kampanje i javnog oglašavanja, već isključivo poziv na prisustvo internom skupu Forumu mladih kao oblika organiziranja sukladno Statutu SDBiH. Navode kako se radi o internom sastanku na koji su pozvani i mladi drugih političkih opcija na razgovor te napominju da se ne radi o plaćenju promociji izborne kampanje, izbora, kandidata, liste, programa, niti bilo čega u svezi predstojećih izbora. U odluci Središnjega izbornog povjerenstva BiH navedeno je kako je predmetni poziv poslan svim političkim subjektima u gradu, što nije točno. Poziv je upućen mladima grada Zenice, bez obzira na političku pripadnost, za prisustvo internom sastanku kako bi došlo do razmjene ideja. Također, navedeno je da poziv sadrži promociju ideja političkoga subjekta, s čim se žalitelj ne slaže, jer u spornoj objavi ni na koji način nije vršena promocija političkoga subjekta. Slijedom navedenoga, smatra kako nije prekršen članak 16.14 stavak 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, nego je postupljeno sukladno istom, zbog čega predlaže uvažavanje žalbe i ukidanje pobijane odluke, odnosno oslobađanje plaćanja novčane političkoga subjekta SDBiH.

U odgovoru na žalbu, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine predložilo je da Sud predmetnu žalbu odbije kao neutemeljenu.

Prema stanju u spisu predmeta, Središnje izborno povjerenstvo BiH je dana 12. 10. 2020. godine informirano od strane Transparency International Bosne i Hercegovine kako je politički subjekt SDBiH platio sponzoriranu objavu u elektroničkom mediju – društvenoj mreži Facebook, te cijeneći ovu inicijativu, pokrenulo postupak po službenoj dužnosti. Dakle, Središnje izborno povjerenstvo BiH je informaciju od Transparency International BiH ocijenilo kao inicijativu za pokretanje postupka u cilju zaštite izbornoga procesa kao javnog interesa te je, shodno članku 115 stavak 1. Zakona o upravnom postupku, predmetni postupak vodilo po službenoj dužnosti. Stoga, neutemeljeni su navodi podnositelja žalbe kako je prijava Transparency International BiH nepravodobna u smislu članka 6.2 Izbornoga zakona BiH, cijeneći kako je postupak pokrenut i vođen od strane Središnjega izbornog povjerenstva BiH po službenoj dužnosti.

Nadalje, nakon ocjene navoda iz izjave subjekta SDBiH te uvida u snimke zaslona objave na društvenoj mreži Facebook, Središnje izborno povjerenstvo BiH je utvrdilo činjenicu kako je vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje jer je u konkretnom slučaju na spornoj Facebook objavi navedeno kako je ista sponzorirana, što predstavlja jasan dokaz plaćene izborne kampanje.

Na ovaj način utvrđene su sve činjenice značajne za utvrđivanje odgovornosti političkoga subjekta za kršenje Izbornoga zakona BiH, a odnose se na činjenicu kako je objava na društvenoj mreži radnja usmjerena na upoznavanje birača s programom, kako je izvršena prije službenoga početka kampanje i kako se radi o sponzoriranoj objavi, dakle, plaćenju kampanji. Time je i prema zaključku Suda postupljeno suprotno članku 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, a žalbeno rješenje pravilnom primjenom navedene odredbe utvrdilo odgovornost političkoga subjekta za kršenje zakonskih odredbi od strane političkoga subjekta, kojem je utemeljeno izreklo novčanu kaznu primjenom članka 6.7 stavak 1. i članka 19.9 stavak 1. točka t) navedenog zakona.

Prilikom odmjeravanja visine izrečene novčane kazne Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine cijenilo je da je izrečena minimalna novčana kazna primjerena učinjenom prekršaju te kako će se njom ostvariti svrha kažnjavanja, na koji način su cijanjene sve okolnosti značajne za određivanje visine novčane kazne.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovoga vijeća, pobijana Odluka Središnjega izbornog povjerenstva BiH je pravilna i zakonita, a žalba neutemeljena, pa je istu, primjenom odredaba članka 81. stavak 1. Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“, broj 19/02, 88/007, 83/08 i 74/10) valjalo odbiti.

### **Slučaj 8 - SDA - Stranka demokratske akcije (S.M)**

Na temelju članka 6.6 stavak (1), članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine ( «Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i postupajući po prigovoru političkoga subjekta Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, u postupku utvrđivanja kršenja članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkog subjekta SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090) odgovoran je što je S. M., kandidat ovoga političkog subjekta za gradonačelnika Grada Bihaća i gradskog odbora SDA Bihać putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## Obrazloženje

Središnje izborna povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 21. 9. 2020. godine putem elektroničke pošte pokret.pomak@gmail.com primila od Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK prigovor u kojem se navodi kako je kandidat SDA – Stranka demokratske akcije za gradonačelnika Grada Bihaća i Gradskog odbora SDA Bihać vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te kako je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama **članka 16.14** stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor su priložene i snimke zaslona sponzoriranih objava.

Prigovor je dopušten, podnesen od ovlaštene osobe i pravodoban.

Postupajući po prigovoru u smislu članka 6.3. stavak (2) Izbornoga zakona BiH, Središnje izborno povjerenstvo BiH je, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-976/20 od 24. 9. 2020. godine, prigovor dostavilo političkome subjektu SDA - Stranka demokratske akcije na očitovanje, kao i da se na navode iz prigovora posebno očituje njegov kandidat Samir S. M., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 26. 9. 2020. godine, su SDA - Stranka demokratske akcije, OO Stranke demokratske akcije Bihać i kandidat S. M. elektroničkim putem dostavili izjave na navedeni prigovor u kojim navode kako odbacuju navode iz prigovora te da sve aktivnosti poduzimaju isključivo po načelu vladavine prava i poštivanje pravnoga poretka države Bosne i Hercegovine, kao i da iste nisu u suprotnosti s Izbornim zakonom BiH.

Odredbom **članka 16.14** stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija ili bilo kojega oblika plaćenoga javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenoga početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način

upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojega drugog vida javnoga oglašavanja političkoga subjekta i točkom g) da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt SDA - Stranka demokratske akcije odgovoran za kršenje članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine** jer je S. M., kandidat ovoga političkog subjekta putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i snimke navedenih objava na društvenim mrežama, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da je S. M., kandidat političkog subjekta SDA- Stranka demokratske akcije, upoznao birače i javnost sa svojom kandidaturom za gradonačelnika Grada Bihaća i Gradskog odbora SDA Bihać.

Odgovornost političkoga subjekta SDA – Stranka demokratske akcije temelji se na činjenici da je S. M. kao kandidat predložen ispred ovoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020.godine za gradonačelnika Grada Bihaća.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena učinjenom prekršaju i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno te svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava S. M. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

## **Slučaj 8 – Odluka Suda BiH - SDA - Stranka demokratske akcije (S. M.)**

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 lž 037831 20 LŽ od 22. 10. 2020. godine, donio je

### **RJEŠENJE**

Žalba se uvažava, Odluka Središnjega izbornog povjerenstva, broj 05-1-07-5-1026/20 od 14. 10. 2020. godine, poništava se te se predmet vraća na ponovno odlučivanje Središnjem izbornom povjerenstvu BiH.

### **Obrazloženje**

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, izrečena je novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM političkom subjektu Stranci demokratske akcije – SDA na temelju utvrđene odgovornosti što je S. M., kandidat ovoga političkog subjekta za gradonačelnika Grada Bihaća i gradskog odbora SDA Bihać, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije njenoga službenog početka.

U obrazloženju sporne Odluke, Središnje izborni povjerenstvo navodi kako je, postupajući po prigovoru Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, utvrdilo kršenje odredbe članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona BiH, s obzirom na to da je uvidom u spis predmeta i dostavljene snimke zaslona utvrđeno kako je S. M., kandidat SDA za gradonačelnika Grada Bihaća, vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook i to prije početka kampanje.

Žalba je utemeljena.

U predmetnom slučaju, Apelacijsko vijeće je uvidom u prigovor utvrdilo kako je isti podnesen dana 21. 9. 2020. godine od strane Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, a razlog podnošenja je uočena povreda Izbornoga zakona iz Poglavlja 16, članak 16.14 koju je učinio S. M., kandidat za Gradonačelnika Grada Bihaća ispred SDA. Uočene povrede izvršene su na dan 3. 9. 2020. godine i, prema navodima iz prigovora, dana 21. 9. 2020. godine.

Odredbe članka 6.2 stavak 1. Izbornoga zakona BiH propisuju da birač i politički subjekt, čije je pravo ustanovljeno ovim zakonom povrijeđeno, može izbornom povjerenstvu uložiti prigovor najkasnije u roku od 48 sati, odnosno u roku od 24 sata u izbornom razdoblju od učinjene povrede, osim ako ovim zakonom nije drugačije određeno.

Prigovor se podnosi na obrascu koji propiše SIP BiH i isti sadrži kratak opis učinjene povrede i priloge koji potvrđuju navode prigovora. Isti mora potpisati podnositelj



prigovora. Stavkom 3. navedenog članka je propisano da SIP BiH utvrđuje proceduralne upute za rješavanje po prigovorima podnesenim izbornim povjerenstvima. Stavkom 4. je propisano da će se prigovor, koji je prema članku 6.2 ovoga zakona, podnijela neovlaštena osoba ili je prigovor podnesen nepravodobno ili je nepotpun, odbaciti.

Prema shvaćanju Apelacijskoga vijeća, nakon primitka prigovora SIP BiH je bio dužan prije utvrđivanja utemeljenosti iznesenih tvrdnji u prigovoru oko povrede članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona BiH, provjeriti pravodobnosti podnesenoga prigovora, kako to propisuje odredba članka 6.2 stavak 41. Izbornoga zakona BiH. Kad utvrdi da je pravodoban i podnesen od strane ovlaštene osobe, može pristupiti njegovom rješavanju primjenom odredbe članka 6.3 Izbornoga zakona BiH.

Iz stanja spisa proizlazi kako je podnositelj prigovora uz isti dostavio dva priloga iz kojih je vidljivo da se radi o osobnom profilu kandidata Stranke demokratske akcije za gradonačelnika Grada Bihaća S. M. i to u razdoblju prije službenog početka kampanje, kao i da se radi o sponzoriranim, odnosno plaćenim oglasima. Međutim, u oba dostavljena priloga nedostaju nadnevcima iz kojih bi bilo vidljivo od kada sporne objave datiraju.

Utemeljena žalba ukazuje kako SIP BiH nije vodio dovoljno računa o pravodobnosti podnesenoga prigovora, odnosno o nadnevcima objava u odnosu na činjenicu kako je prigovor tek dana 21. 9. 2020. godine. Naime, iz materijalnih dokaza koji su dostavljeni Sudu, kao prilozi očitovanja SIP-a BiH, vijeće je utvrdilo kako su evidentirane dvije objave na Facebooku, ali jedna koja datira od 3. 9. 2020. godine, a druga koja datira od 14. 9. 2020. godine. Međutim, obje dostavljane objave ne sadrže u svom opisu termine „sponsored“ ili „plaćeni oglas“. Objave koje sadrže navedene opisne termine, u drugu ruku, ne sadrže nadnevke od kada datiraju, uslijed čega je bilo nemoguće utvrditi na temelju kojih dokaza i dostavljenih snimki zaslona je Središnje izborno povjerenstvo utvrdilo pravodobnost podnesenoga prigovora.

Slijedom navedenog, nedavanjem jasnih i pravilnih razloga oko ocjene pravodobnosti prigovora, po shvaćanju Apelacijskoga vijeća, SIP BiH je donio odluku koja nije pravilna jer nisu u postupku pravilno utvrđene sve odlučne činjenice koje ukazuju na pravodobnost podnesenoga prigovora. Apelacijsko vijeće zapaža kako je u samom prigovoru navedeno da je povreda učinjena dana 21. 9. 2020. godine, odnosno na isti dan kada je i prigovor podnesen. Navedenu činjenicu, Središnje izborno povjerenstvo BiH je paušalno cijenilo, navodeći u izjavi dostavljenoj Sudu kako je prigovor pravodoban iz jednostavnoga razloga jer je dostavljen istoga dana kada je i povreda učinjena, bez posjedovanja dokaza o vremenu učinjena povrede uopće i bez dostavljanja takvoga dokaza Sudu, radi ocjene utemeljenosti izjavljene žalbe. Uz sve istaknute činjenice, žalitelj, također, čini neospornim objavu od 19. 9. 2020. godine, međutim, SIP ni za ovu objavu Sudu ne dostavlja bilo kakav materijalni dokaz na temelju kojeg bi se mogla eventualno

cijeniti pravodobnost prigovora, Na sve naprijed istaknuto utemeljeno žalitelj ukazuje žalbenim navodima.

Naime, nakon što je Apelacijsko vijeće izvršilo uvid u presliku priloga dostavljenih uz prigovor, isto je zaključilo kako je samo na dva priloga naznačeno vrijeme i nadnevak objave, i to 3. 9. 2020. godine u 22,01 h i 14. 9. 2020. godine u 15,39 h, međutim kako je naprijed navedeno, obje objave bez naznaka da se radi o plaćenim oglasima. Na ostalim priložima nema naznake nadnevka i sata kada je učinjena povreda pa se stoga ne može zaključiti na koji način je SIP BiH utvrdio da se radi o plaćenom oglašavanju na *Facebook* stranici S. M. na dane 3. 9. 2020. godine i 21. 9. 2020. godine.

Stoga, ovo je vijeće utvrdilo kako su žalbeni navodi kojim se ukazuje na nepravilnosti pobijane odluke u pogledu pravilne ocjene pravodobnosti podnesenog prigovora utemeljeni.

Zbog gore izloženoga, Apelacijsko vijeće je osporenu odluku ocijenilo nepravilnom i nezakonitom te istu poništilo i vratilo predmet SIP-u BiH na ponovno postupanje primjenom odredbe članka 81. stavci 1 i 2, a u svezi s člankom 37. stavak 3. Zakona o upravnim sporovima BiH („Službeni glasnik BiH“ broj 19/02 do 74/10).

### **Slučaj 9 - SDA - Stranka demokratske akcije (A. H.)**

Na temelju članka 6.6 stavak (1), članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i postupajući po prigovoru političkoga subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH, u postupku utvrđivanja kršenja članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkoga subjekta SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090) odgovoran je što je A. H., kandidat ovoga političkog subjekta za Općinsko vijeće Lukavac putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## Obrazloženje

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 29. 9. 2020. godine putem pošte primilo prigovor od političkoga subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH u kojem se navodi kako je kandidat SDA – Stranka demokratske akcije za Općinsko vijeće Lukavac vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnesen od ovlaštene osobe i pravodoban.

Postupajući po prigovoru, Središnje izborno povjerenstvo BiH je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-993/20 od 30. 9. 2020. godine, prigovor dostavilo političkom subjektu SDA – Stranka demokratske akcije na očitovanje, kao i da se na navode iz prigovora posebno očituje njegov kandidat A. H. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 1. 10. 2020. godine, su SDA - Stranka demokratske akcije i kandidat A. H. elektroničkim putem dostavili očitovanja na navedeni prigovor u kojim navode kako odbacuju navode iz prigovora, kako prigovor nije pravodoban, kako su neutemeljeni navodi podnositelja prigovora te da je kandidat A. H. na društvenoj mreži Facebook samoinicijativno i bez suglasnosti političkoga subjekta objavio oglas koji politički subjekt SDA nije platio. Kandidat političkoga subjekta A. H. u svojoj izjavi navodi kako u trenutku izrade Facebook stranice nije bio svjestan niti je imao saznanja o kršenju odredbe Izbornoga zakona BiH sponzoriranjem objave kandidature. Osim toga, u izjavi navodi kako preuzima svu odgovornost i kako politički subjekt SDA nema odgovornosti.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljenih snimki zaslona s društvene mreže Facebook, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije odgovoran za kršenje članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine** jer je A. H., kandidat ovoga političkog subjekta, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimak navedene objave na društvenoj mreži, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da je A. H., kandidat političkog subjekta SDA – Stranka demokratske akcije, upoznao birače i javnost sa svojom kandidaturom za Općinsko vijeće Lukavac.

Odgovornost političkoga subjekta SDA – Stranka demokratske akcije temelji se na činjenici kako je A. H. kao kandidat predložen ispred ovoga političkog subjekta i kao takav ovjeren za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine za Općinsko vijeće Lukavac.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena učinjenom prekršaju i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno, a posebno ocjenom sporne objave A. H. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

## Slučaj 9 – Odluka Suda BiH – SDA – Stranka demokratske akcije (A. H.)

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 lž 037831 20 LŽ od 26. 10. 2020. godine, donio je

### RJEŠENJE

Žalba se uvažava, Odluka Središnjega izbornog povjerenstva, broj 05-1-07-5-993/20 od 14. 10. 2020. godine poništava i predmet vraća na ponovno odlučivanje Središnjem izbornom povjerenstvu BiH.

### Obrazloženje

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, izrečena je novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM političkom subjektu Stranci demokratske akcije – SDA, na temelju utvrđene odgovornosti što je A. H., kandidirat ovoga političkog subjekta za Općinsko vijeće Lukavac, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje, primjenom odredbe članka 16.4 stavak 3 i članka 19.9 stavak 1. točka t) Izbornoga zakona BiH.

Protiv ove odluke, žalitelj je pravodobno podnio žalbu zbog povrede pravila postupanja, pogrešno i nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja i pogrešne primjene materijalnog prava. Smatra kako je pobijana odluka nezakonita iz razloga što je prigovor nepravodoban jer je podnesen protekom roka propisanoga odredbom članka 6.2 stavak 1. Izbornoga zakona BiH. Kako se radi o izbornom razdoblju, u smislu članka 1.1 stavak (12.) Izbornoga zakona BiH, taj rok iznosi 24 sata od učinjene povrede. Stoga je SIP BiH trebao odbaciti podneseni prigovor kao nepravodoban. Dalje, ističe kako SIP BiH nije kod ocjene odgovornosti političke stranke u cijelosti utvrdio činjenično stanje iz odgovornosti političke stranke za navodno kršenje članka 16.4 stavak 3. Izbornoga zakona BiH. Predlaže Apelacijskom odjelu Suda BiH uvažavanje žalbe u cijelosti, poništavanje osporenu odluku, odnosno stavljanje iste izvan snage ili uvažavanje žalbe, poništenje odluke i vraćanje predmeta SIP-u na ponovno odlučivanje.

Središnje izborni povjerenstvo Bosne i Hercegovine dostavila je ovom sudu odgovor na žalbu u kojem je predložilo odbijanje izjavljene žalbe kao neutemeljene.

Žalba je neutemeljena.

U predmetnom slučaju, Apelacijsko vijeće je uvidom u prigovor utvrdilo kako je isti podnesen dana 29. 9. 2020. godine od strane OO SDBIH, koji je potpisao M. J., a razlog podnošenja su uočene povrede Izbornoga zakona iz Poglavlja 16, članak 16.12, 16.14 i 16.15 koju je učinio A. H., kandidat za Općinsko vijeće Lukavac ispred SDA dana 21. 8. 2020. godine do danas.

Odredba članka 6.2 stavak 1. Izbornoga zakona BiH propisuje kako birač i politički subjekt čije je pravo ustanovljeno ovim zakonom povrijeđeno može izbornom povjerenstvu uložiti prigovor najkasnije u roku od 48 sati, odnosno u roku od 24 sata u izbornom razdoblju od učinjene povrede, osim ako ovim zakonom nije drugačije određeno.

Prigovor se podnosi na obrascu koji propiše SIP BiH i isti sadrži kratak opis učinjene povrede i priloge koji potvrđuju navode prigovora. Isti mora potpisati podnositelj prigovora. Stavkom 3. navedenog članka je propisano da SIP BiH utvrđuje proceduralne upute za rješavanje po prigovorima podnesenim izbornim povjerenstvima. Stavkom 4. je propisano da će se prigovor, koji je prema članku 6.2 ovoga Zakona podnijela neovlaštena osoba ili je prigovor podnesen nepravodobno ili je nepotpun, odbaciti.

Prema shvaćanju Apelacijskoga vijeća, nakon primitka prigovora SIP BiH je bio dužan prije utvrđivanja utemeljenosti iznesenih tvrdnji u prigovoru oko povrede članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona BiH, provjeriti pravodobnost podnesenog prigovora, kako to propisuje odredba članka 6.2 stavak 4(1). Izbornoga zakona BiH. Potom se treba utvrditi kako je pravodoban i podnesen od strane ovlaštene osobe, može pristupiti njegovom rješavanju primjenom odredbe članka 6.3 Izbornoga zakona BiH.

Iz stanja spisa proizlazi kako je podnositelj prigovora uz isti dostavio četiri priloga kojima dokazuje kako se radi o plaćenom oglasu. Da je navedeno ime i prezime kandidata i njegov broj na listi te dva priloga gdje je navedeno ime i prezime kandidata i tijelo za koji se kandidira. Utemeljeno žalba ukazuje kako SIP BiH nije vodio dovoljno računa da je povreda Izbornoga zakona nastala dana 21. 8. 2020. godine, a da je prigovor podnesen tek dana 29. 9. 2020. godine. Nedavanjem jasnih i pravilnih razloga oko ocjene pravodobnosti prigovora, po shvaćanju Apelacijskoga vijeća SIP BiH je donio odluku koja nije pravilna jer nisu u postupku pravilno utvrđene sve odlučne činjenice koje ukazuju na pravodobnost podnesenoga prigovora. Apelacijsko vijeće zapaža kako je u samom prigovoru navedeno da je povreda učinjena dana 21. 8. 2020. godine i navedena je riječ do danas. Pitanje postojanja kontinuiteta povrede od strane A. H. mogla bi biti prihvaćena samo u situaciji da podnositelj prigovora to i dokaže jer je to odlučna činjenica kod ocjene pravodobnosti podnesenoga prigovora, o čemu SIP BiH nije dao dovoljno obrazložene razloge. Na gore navedeno, utemeljeno žalitelj ukazuje žalbenim navodima.

Naime, nakon što je Apelacijsko vijeće izvršilo uvid u presliku priloga dostavljenih uz prigovor, isto je zaključilo kako samo na prilogu pod brojem dva je naznačeno vrijeme i nadnevak objave 21. 8. 2020. godine u 17,24 h. Na ostalim priložima (1, 3, 4) nema naznaka nadnevka i sata kada je učinjena povreda pa se stoga ne može ni zaključiti na koji način je SIP BiH zaključio da se radi o kontinuiranom objavljivanju na *Facebook* stranici A. H. počevši od 21. 8. 2020. godine pa do dana podnošenja prigovora 29. 9. 2020. godine.

Stoga je ovo vijeće utvrdilo kako su žalbeni navodi kojim se ukazuje na nepravilnosti pobijane odluke u pogledu pravilne ocjene pravodobnosti podnesenog prigovora utemeljeni.

U konkretnom slučaju, neosporno je da je A. H., kandidat SDA za Općinsko vijeće Lukavac, putem društvene mreže Facebook 21. 8. 2020. godine objavio sadržaje koji su uvidom u priložene snimke zaslona imali naznaku „sponsored“ ili „plaćeni oglas“, a koje tvrdnje ne osporava ni sam kandidat političke stranke. Isti je u svojoj izjavi potvrdio navode podnositelja prigovora navodeći da u trenutku izrade Facebook stranice nije bio svjestan niti je imao saznanja o kršenju odredbe Izbornoga zakona BiH sponzoriranjem objave kandidature, kao i da isti preuzima svu odgovornost, odnosno da SDA kao politički subjekt nema odgovornost.

Radi gore izloženoga, Apelacijsko vijeće je osporenu odluku SIP-a BIH, broj 05-1-07-1-998/20 od 1. 10. 2020. godine, ocijenilo nepravilnom i nezakonitom te istu poništilo i vratilo predmet na ponovno postupanje primjenom odredbe članka 81. stavci 1 i 2, a u svezi s člankom 37. stavak 3. Zakona o upravnim sporovima BIH („Službeni glasnik BiH“ broj 19/02 do 74/10).

### **Slučaj 10 – Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (S. R.)**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) i članka 114, a u svezi članaka 115. i 116. Zakona o upravnom postupku („Službeni glasnik BiH”, br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16) i članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane politička stranke Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (kod 00515), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 72. sjednici, održanoj 3. 11. 2020. godine, d o n i j e l o

### **O D L U K U**

(1) Politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (kod 00515) je odgovorna što je S. R., predsjednik Glavnoga izbornog stožera za Lokalne izbore 2020. godine ove političke stranke putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**



(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora BiH.

## Obrazloženje

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 12. 10. 2020. godine putem pošte primilo od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi kako je S. R., kandidat ispred Saveza nezavisnih socijaldemokrata platio sponzorirane objave u elektroničkim medijima putem društvene mreže Facebook te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju su priloženi i snimci sponzoriranih objava.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila kako je isti dopušten, ali ga je podnijela neovlaštena osoba te iz tog razloga je u smislu članka 6.2 stavci (2) i (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijenilo kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodilo po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo BiH je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-1131-2/20 od 13. 10. 2020. Godine, inicijativu dostavilo političkoj stranci Savezu nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik na očitovanje na navode iz podneska, u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 16. 10. 2020. godine, politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik elektroničkim putem dostavila je očitovanje na navedenu inicijativu u kojoj navode da dostavljena informacija/prigovor od strane Transparency International Bosne i Hercegovine nije dostavljena na zakonom propisanom obrascu. Osim toga, navode kako nije **točno da je S. R.** kandidat ispred Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik. Naime, ističu kako imenovani nije kandidat na predstojećim Lokalnim izborima 2020. godine nego je predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine. S tim u svezi, navode kada se otvori službena stranica S. R. – S. R. vidljivo je kako se radi o privatnoj stranici imenovanoga, kako ista nije izrađena u svrhu promocije aktivnosti za predstojeće Lokalne izbore 2020. godine. U prilogu su dostavili i fotografiju/snimku zaslona s Facebook stranice S. R. i ističu kako Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik za predstojeće Lokalne izbore 2020. godine nije platio oglašavanje niti na jednoj Facebook stranici ili drugoj društvenoj mreži.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvene mreže Facebooka, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako je politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik odgovorna za kršenje članka **16.14 stavak (3)** Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer je S. R., predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimke navedenih objava na društvenim mrežama, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da je S. R., predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine, platio izradu i objavu na društvenoj mreži Facebook. Naime, plaćena objava na društvenoj mreži Facebook izvršena od strane člana političke stranke ne oslobađa odgovornosti samu političku stranku, posebno imajući u vidu kako je konkretnom slučaju S. R. predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine i kao takav aktivno sudjeluje u radu ove političke stranke, kao i postizanju ciljeva i zadataka utvrđenih statutom.

Odgovornost političke stranke Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik temelji se na činjenici da je S. R. predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine.

Kod odmjerenja visine novčane kazne, Središnje izbornog povjerenstvo Bosne i Hercegovine je izreklo novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer smatra kako je primjerena **učinjenom prekršaju** i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno, a posebno ocjenom spornih objava Srđana Rajčevića na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izbornog povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, odlučila kao u dispozitivu odluke.

### **Slučaj 10 – Odluka Suda BiH – Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (S. R.)**

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 lž 038692 20 LŽ od 11. 11. 2020. godine donio je

#### **RJEŠENJE**

Žalba Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik se uvažava i poništava se Odluka Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj: 065-1-07-5-1123/20 od 3. 11. 2020. godine.

#### **O b r a ž l o ž e n j e**

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, utvrđeno je kako je politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik, odgovorna što je S. R., predsjednik Glavnoga izbornog stožera za Lokalne izbore 2020. godine ove političke stranke, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje pa mu je izrečena novčana kazna u iznosu od 1.000.00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)

Prema odredbama članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“ broj: 23/01 do 32/10) „zabranjeno je vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarnih tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje”.

Prema stanju spisa, Središnje izborno povjerenstvo BiH je utvrdila kako je politička stranka Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik odgovorna za kršenje članka 16.14 stavak 3 Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine (Izborni zakon) jer je S. R., predsjednik Glavnoga izbornog stožera za Lokalne izbore 2020. godine putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje jer je u konkretnom slučaju na spornoj Facebook objavi navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz plaćene izborne kampanje. Nadalje, pored fotografije S. R. istaknut je i sam naziv političkoga subjekta stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata, zbog čega su prema shvaćanju Središnjega izbornog povjerenstva BiH, neutemeljeni navodi žalitelja kako na Facebook stanici „S. R.“ nije ni institucionalno ni financijski povezana s političkim subjektom Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SDSD – Milorad Dodik.

Po ocjeni Apelacijskog vijeća ovoga Suda, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je iz utvrđenih činjenica izvelo pogrešan zaključak o postojanju odlučujućih činjenica te je pogrešno primijenilo i materijalno pravo kada je Savez nezavisnih socijaldemokrata – SDSD – Milorad Dodik proglasilo odgovornim za povrede odredbi članka 16.14 stavak 3. Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine i izreklo mu novčanu kaznu.

U konkretnom slučaju, odlučna je činjenica kako gospodin S. R. nije kandidat na Lokalnim izborima 2020. godine te kako je predmetnom objavom na temelju koje je donesena pobijana odluka Središnjega izbornog povjerenstva, pozvao s plaćene vlastite Facebook stranice, a ne službene stranice političkoga subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik.

Naime, smisao odredbe članka 16.14 stavak 3 Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je zabranjeno vođenje javne izborne kampanje prije službenoga početka izborne kampanje, političkim strankama, nezavisnim kandidatima, koalicijama i kandidatima političkih stranaka i koalicija. S. R. nije kandidat na Lokalnim izborima 2020. godine pa njegovim pozivom na praćenje Facebook stranice, odnosno njenim promoviranjem politički subjekt Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik nije mogao počiniti povrede odredbi članka 16.14. stavak 3 Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer se ne radi o medijskom predstavljanju, odnosno oglašavanju političkoga subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SDSD – Milorad Dodik, niti predstavljanju kandidata toga političkog subjekta. Nevažno je što je S. R. predsjednik Glavnoga izbornog stožera SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine i što se u pozadini njegove fotografije nalazi logo navedene stranke.

Iz navedenoga razloga Apelacijsko vijeće nalaže kako je pobijana odluka Središnjega izbornog povjerenstva u Bosni i Hercegovini nepravilna i nezakonita, a žalba utemeljena.

## Slučaj 11 – Županijska neovisna lista

Na temelju članka 6.6 stavak (1), članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20) **odlučujući po prigovoru** političke stranke HDZ BiH – Hrvatska demokratska zajednica BiH u postupku utvrđivanja kršenja odredbi članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političke stranke Županijska neovisna lista (kod 02322), Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, donijelo

### ODLUKU

(1) Politička stranka Županijska neovisna lista (kod 02322) odgovorna je što je na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje pa joj se izriče:

- **novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM (slovima: jedna tisuća konvertibilnih maraka)**

(2) Novčana kazna iz stavka (1) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora Bosne i Hercegovine.

### Obrazloženje

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 24. 9. 2020. godine putem elektroničke pošte zaprimilo prigovor od političkog subjekta HDZ BiH – Hrvatska demokratska zajednica BiH u kome se navodi kako je politička stranka Županijska neovisna lista vodila plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook te da je na taj način ova politička stranka postupila suprotno odredbama članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnesen od ovlaštene osobe i pravodoban.

Središnje izborno povjerenstvo BiH je, sukladno članku 6.3 stavak (2) Izbornog zakona BiH, aktom broj: 05-1-07-5-981/20 od 28. 9. 2020. godine, prigovor dostavilo navedenoj političkoj stranci na očitovanje u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U pravodobnom roku, dana 29. 9. 2020. godine, politička stranka Županijska neovisna lista je elektroničkim putem dostavila **očitoвање** na prigovor u kojem navode kako su nakon što su primijetili navedeni propust upozorili osobu koja tehnički uređuje Facebook stranicu da nije dozvoljeno plaćeno političko oglašavanje u ovom razdoblju, nakon

čega je otklonjen navedeni propust. Nadalje, ističe kako je ova politička stranka relativno nova koja djeluje na području Hercegbosanske županije.

Također, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 28. 9. 2020. godine putem elektroničke pošte zaprimilo odgovor od strane G. T., u kome navodi kako je kao grafički dizajner angažiran od strane Županijske neovisne liste, kao i da je kreirao i održavao njihovu *Facebook* stranicu te je u svrhu testiranja i pripreme za izbore svojom greškom, a ne greškom Županijske neovisne liste kliknuo na „Promoviranje oglasa“. Isto tako navodi kako je nakon uočene greške, upozoren od strane predsjednika Županijske neovisne liste te je za isti oglas blokirao proračun. Za oglas je utrošeno skromnih 0,98 USD (1,64 BAM) i isti je prikazan nekoliko desetaka puta s ukupno 11 angažmana prije nego je blokiran.

Odredbom članka 16.14 stavak (3) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je, između ostaloga, propisano „zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektroničkih i tiskanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova tijela i statutarne tijela političkih subjekata, u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

U članku 1.1a stavak (1) točka 6) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine je propisano da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u razdoblju utvrđenom ovim Zakonom u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odredbom članka 2. stavak (1) točka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u razdoblju od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora („Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja razdoblje od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upoznaje birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a točkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i točkom g), da javno oglašavanje podrazumijeva oglašavanje putem medija, plakata, postera, interneta, letaka, pokretnih reklama i svaki drugi vid javnog oglašavanja dostupan biračima i javnosti.

Uvidom u cjelovit spis predmeta i dostavljene snimke zaslona s društvene mreže Facebooka, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako **je politička stranka** Županijska neovisna lista odgovorna za kršenje članka **16.14 stavak (3)** Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine jer je na svom Facebook profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno kako je ista sponzorirana što je neosporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i da je u navedenoj objavi politička stranka predstavila svoju kandidacijsku listu, proizlazi neosporna činjenica kako je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenoga početka izborne kampanje na način da je politička stranka Županijska neovisna lista upoznala birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Odgovornost ove političke stranke ne umanjuje činjenica da „nakon što je primijećeno kako je objava sponzorirana, isti su upozorili osobu koja tehnički uređuje Facebook stranicu“, kao ni činjenica da je „greškom grafički dizajner kliknuo na promoviranje oglasa“, s obzirom na to da se radi o političkoj stranci koja je ovjerena za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020.godine i kao ovjerena politička stranka bi trebala biti upoznata s pravilima izbornog procesa.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Središnje izorno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je kao olakšavajuću okolnost uzela u obzir priznanje ovoga političkog subjekta kako je izvršio plaćeno oglašavanje iz kojih razloga je i izrečena novčana kazna u minimalnom iznosu u smislu članka 19.9 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine.

Iz ovih razloga Središnje izorno povjerenstvo BiH smatra kako je novčana kazna izrečena u dispozitivu odluke primjerena **učinjenom prekršaju** i kako će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno, a posebno ocjenom spornih objava političke stranke Županijske neovisne liste na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izorno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka t) Izbornoga zakona BiH, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

*Slučaj 11 – Županijska neovisna lista – Na odluku SIP-a BiH nije bilo žalbe.*

## **Slučaj 12 – Demokratska Fronta – Građanski savez (A. P.)**

Na temelju članka 6.2, članka 6.7 stavak (1) točka 1) i članka 19.9 stavak (1) točka j) i stavka (4) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine («Službeni glasnik BiH», br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14, 31/16 i 41/20), članka 114, a u svezi članaka 115. i 116. Zakona o upravnom postupku («Službeni glasnik BiH», br. 29/02, 12/04, 88/07, 93/09, 41/3 i 53/16) i članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti u predmetu kršenja Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine od strane političkoga subjekta Demokratska fronta – Građanski savez (kod



02930) i A. P., kandidatkinje ovoga političkog subjekta, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je na 58. sjednici, održanoj 29. 9. 2020. godine, d o n i j e l o

## O D L U K U

(1) Politički subjekt Demokratska fronta – Građanski savez (kod 02930) odgovoran je što je A. P., kandidatkinja ovoga političkog subjekta na svom *Facebook* profilu dana 23. 8. 2020. godine, rabila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje pa mu se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 1.500,00 KM (slovima: jedna tisuća i pet stotina konvertibilnih maraka) koje će snositi članice ove koalicije Demokratska fronta i Građanski savez, u iznosu od po 750,00 KM.**

(2) Utvrđuje se kako je A. P., kandidatkinja političkoga subjekta Demokratska fronta – Građanski savez za načelnicu Općine Novo Sarajevo, dana 23. 8. 2020. godine na svom *Facebook* profilu rabila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje pa joj se izriče:

**- novčana kazna u iznosu od 3.000,00 KM (slovima: tri tisuće konvertibilnih maraka).**

(3) Novčana kazna iz stavaka (1) i (2) ove odluke uplatit će se u roku od osam dana od dana pravosnažnosti ove odluke na račun Ministarstva financija i trezora Bosne i Hercegovine.

## O b r a z l o ž e n j e

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je dana 27. 8. 2020. godine primila od Organizacijskoga odbora BH.povorka ponosa žalbu (u daljnjem tekstu: podnesak) putem elektroničke pošte, u kojoj se navodi kako je A. P. na svom *Facebook* profilu objavila status u kojem je BH.povorku ponosa nazvala povorkom stida koju su prenijeli i pojedini mediji.

Nadalje, u podnesku je navedeno kako se A. P. konačno i definitivno protivi prihvatanju LGBTIQ osoba te kako je istaknula da LGBTIQ osobe ne može svrstati u normalan obrazac ponašanja te smatraju kako je navedena retorika kandidatkinje neprihvatljiva i ovako javno iznesen stav doprinosi širenju govora mržnje i netrpeljivosti prema LGBTIQ osobama.

Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu članka 6.2 stavak (1) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdilo kako je isti dopušten, ali ga je podnijela neovlaštena osoba te je iz tih razloga, u smislu članka 6.2 stavci (2) i (3) Izbornoga zakona

Bosne i Hercegovine, predmetni podnesak cijenilo kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodilo po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je nakon prijema, sukladno zakonskoj proceduri, aktom broj: 05-1-07-5-772-2/20 od 4. 9. 2020. godine, inicijativu dostavilo navedenom političkom subjektu na očitovanje, kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni kandidatkinja A. P. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

Politički subjekt je u pravodobnom roku, dana 8. 9. 2020. godine, elektroničkim putem dostavio očitovanje na navedenu inicijativu u kojoj navodi kako navedeni istup nema niti jednu dodirnu točku s politikom ovoga političkog subjekta, među kojima značajno mjesto zauzima borba za prava svih marginaliziranih društvenih skupina u koje spada i LGBTIQ zajednica. Isto tako, u očitovanju je politički subjekt uputio ispriku zbog nesmotrenoga i ničim izazvanoga istupa njihove članice.

S obzirom na to da u navedenom roku nije dostavljena izjava A. P., kandidatkinje političkog subjekta Demokratska fronta – Građanski savez, Središnje izborno povjerenstvo BiH je aktom broj: 05-1-07-5-772-4/20 od 14. 9. 2020. godine, ponovno tražila izjavu kandidatkinje A. P. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

Dana 15. 9. 2020. godine je kandidatkinja A. P. dostavila izjavu u kojoj navodi kako njen istup nema niti jednu dodirnu točku s politikama političkoga subjekta čija je kandidatkinja, među kojima značajno mjesto zauzima borba za prava svih marginaliziranih društvenih skupina u koje spada i LGBTIQ zajednica. Nadalje navodi kako ni na koji način ne smatra da je ugrožavanje prava LGBTIQ populacije opravdano.

Odredbom članka 7.3 stavak (1) točka 7. Izbornoga zakona BiH propisano je “kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi neovisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i neovisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izbornoj administraciji nije dozvoljeno:

- koristiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili uporabljivati slike, simbole, audio zapise i videozapise, SMS poruke, internet komunikacije ili druge materijale koji mogu tako djelovati.”

Uvidom u cjelovit spis predmeta, status s Facebook profila i članak iz dnevnih novina Oslobođenje, od 24. 8. 2020. godine, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je utvrdilo kako su politički subjekt Demokratska fronta – Građanski savez i njegova kandidatkinja A. P. odgovorani za kršenje članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, jer je Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine izjavu A. P. na *Facebook* profilu, ocijenilo kao jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje prema LGBTIQ osobama.

Odgovornost ovoga političkog subjekta i njegove kandidatkinje temelji se i na činjenici da je A. P. kandidatkinja za načelnicu Općine Novo Sarajevo što nosi posebnu težinu s obzirom da je kao kandidatkinja javna ličnost i čije riječi se prenose putem medija pa kao takve postaju dostupne široj javnosti.

Naime, prilikom podnošenja prijave političkoga subjekta Demokratska fronta – Građanski savez, ovlašteni predstavnik ovoga političkog subjekta, kao i njegova kandidatkinja A. P. su, sukladno članku 1.13 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, potpisali izjave kako će se u svojim aktivnostima u potpunosti pridržavati Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini.

Aneksom 6. Općega okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini – Sporazuma o ljudskim pravima su zagwarantirana temeljna prava i slobode, među kojima je osigurano uživanje prava i sloboda bez diskriminacije na temelju spola, rase, boje kože, jezika, vjeroispovijesti, političkog i drugog opredjeljenja, nacionalnog ili društvenog porijekla, pripadnosti nacionalnoj manjini, vlasništva, rođenja i drugog statusa što ukazuje kako je kandidatkinja A. P. svojim istupom povrijedila temeljna prava i slobode, odnosno opredjeljenje LGBTIQ populacije.

Iako Izborni zakon Bosne i Hercegovine ne sadrži definiciju govora mržnje, pri odlučivanju u ovoj vrsti pravne stvari je Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je cijenilo i Preporuke Komiteta ministara Vijeća Europe o govoru mržnje kojim ističu kako jezik mržnje podrazumijeva sve vrste izražavanja jezika mržnje koje šire ili potiču, promoviraju ili opravdavaju rasnu, spolnu, vjersku itd., kao i druge oblike mržnje utemeljene na netoleranciji, uključujući i netoleranciju izraženu kao agresivnu prijetnju i neprijateljstvo.

Svojim navodom u objavi na Facebook profilu navedena kandidatkinja je nedvosmisleno imala namjeru svojim porukama širiti govor mržnje, a ovakvo izražavanje može izazvati negativnu posljedicu po određenu grupu, u konkretnom slučaju pripadnike LGBTIQ populacije te prema njima stvoriti prezir i neprijateljstvo, što kod LGBTIQ populacije može izazvati osjećaj straha. Nadalje, javno izražavanje neprihvatanja te skupine u našem društvu može izazvati i nasilje prema pojedincu i skupini.

U objavi na Facebook profilu A. P. je izražena netolerancija i radi se o zabranjenom ponašanju jer isto, zbog izraženoga neprijateljstva, može u konačnici potaknuti nasilje prema o LGBTIQ populaciji. Osim što ima karakter omalovažavanja i vrijeđanja, jezik mržnje zastrašuje pojedinca ili skupinu.

Stoga se ovakvo ponašanje ne može tolerirati u izbornoj kampanji, ali ni izvan službenoga razdoblja od 30 dana izborne kampanje. Naime, Bosna i Hercegovina je pogodno tlo za širenje mržnje, posebno na vjerskom, nacionalnom pa i rodnom temelju. U kon-

kretnom slučaju prekršena su pravila putem internetske komunikacije, a imajući u vidu kako je Facebook društvena mreža koja je pristupačna ogromnom broju ljudi i ima veliki broj korisnika, njena uporaba se ne može ograničiti i cijeliti isključivo u 30 dana izborne kampanje. Ovakvo usko tumačenje zakona bi omogućilo kandidatima da nesmetano koriste govor mržnje sve do službenog početka razdoblja kampanje (30 dana do dana izbora) i tek kada izborna kampanja službeno počne povedu računa o svom govoru i javnom nastupu kako ne bi bili izloženi sankciji. Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine ima odgovornost ovakve pojave sprječavati i ne dozvoliti ovakav govor svim ovjerenim političkim subjektima i njihovim kandidatima.

Cijeneći da pisani govor A. P. ima karakter intenzivne negativne emocije zastrašujućeg i uznemirujućeg izražavanja o neprihvatanju skupine LGBTIQ populacije koju naziva “povorkom stida”, i kako se ovim govorom javno, putem društvene mreže izaziva mržnja prema pojedincima ili skupini s ciljem propagande netrpeljivosti prema drugima, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine nije mogla, a da ne cijeni kako ova izjava ujedno potiče i opravdava napad na seksualnu orijentaciju i diskriminira pripadnike te skupine, što je današnjem društvu nedopustivo.

Kod odmjeraivanja visine novčane kazne, Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine je uzelo u obzir težinu učinjene povrede u odnosu na prava i slobode zagarantirane Općim okvirnim sporazumom za mir u Bosni Hercegovini, prema drugom i drugačijem, kao i da je olakšavajuću okolnost cijnila očitovanje i ispriku političkoga subjekta Demokratska fronta – Građanski savez, te smatra kako je izrečena novčana kazna srazmjerna učinjenom prekršaju.

Na temelju naprijed izloženoga i savjesne i brižljive ocjene svakoga postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno te ocjenom sporne izjave A. P. u iznesenom kontekstu, na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Središnje izborno povjerenstvo BiH je, na temelju članka 6.7 stavak (1) točka 1), članka 19.9 stavak (1) točka j) i članka 19.9 stavak (4) Izbornoga zakona Bosne i Hercegovine, odlučilo kao u dispozitivu odluke.

## **Slučaj 12 – Odluka Suda BiH - Demokratska Fronta – Građanski savez (A. P.)**

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 LŽ 037139 20 LŽ od 15. 10. 2020. godine, odlučujući o žalbi A. P., donio je

### **RJEŠENJE**

Žalba se uvažava i Odluka Središnjega izbornog povjerenstva, broj 05-1-07-5-986/20 od 29. 9. 2020. godine se poništava.

## Obrazloženje

Odlukom Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine, broj i nadnevak navedeni u uvodu, utvrđeno je kako je politički subjekt Demokratska Fronta – Građanski savez (kod 02930) odgovoran što je A. P., kandidatkinja ovoga političkog subjekta, na svom *Facebook* profilu dana 23. 8. 2020. godine, rabila jezik mržnje pa mu je izrečena novčana kazna u iznosu od 1.500,00 KM koje će sastaje ove koalicije Demokratska fronta i Građanski savez, u iznosu po 750,00 KM. Drugim stavkom Odluke utvrđeno je kako je A. P., kandidatkinja političkoga subjekta Demokratska fronta i Građanski savez za načelnicu Općine Novo Sarajevo, dana 23. 8. 2020. godine na svom *Facebook* profilu rabila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje pa joj je na temelju odredbe članka 6.7 stavak 1. točka i članka 19.9 stavak 1. točka j) i stavka 4. izrečena kazna u iznosu od 3.000,00KM.

Žalba je utemeljena.

Člankom 7.3. stavak (1) točka 7) Izbornoga zakona BiH je propisano da kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi neovisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i neovisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način u izbornoj administraciji angažiranim nije dozvoljeno rabiti jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaknuti na nasilje ili širenje mržnje ili objavljivati ili upotrebljavati slike, simbole, audio i video zapise, SMS poruke, internet komunikacije ili druge materijale koji mogu tako djelovati.

Utemeljeno žaliteljica u žalbi ističe kako je SIP BiH nepravilno primijenilo odredbu članka 7.3 stavak 1. točka 7. Izbornoga zakona BiH, zanemarujući kako je navedena odredba smještena u Poglavlje 7. Izbornoga zakona kojim se reguliraju pravila ponašanja u izbornoj kampanji.

Izborna kampanja počinje 16. 10. 2020. godine i traje 30 dana, a sporna objava na *Facebook* stranici A. P. je objavljena dana 23. 8. 2020. godine, a članak u dnevnom listu „Oslobođenje“ dana 24. 8. 2020. godine. Sama ova činjenica je dovoljna za utvrđenje nezakonitosti pobijane odluke i u tom dijelu, jer je primijenjena odredba koja nije mogla biti primijenjena, budući da se ista primjenjuje, kao što je već navedeno samo u razdoblju izborne kampanje.

SIP BiH pogrešno smatra kako je mogao primijeniti navedenu odredbu i za pravila ponašanja učinjena izvan razdoblja izborne kampanje, jer normu određuje sadržaj, ona ima gramatičko i logičko značenje, ali je određuje i cilj zakona odnosno drugog akta i ima nomotehničko određenje, što znači kako je određuje i mjesto i poglavlje u kojem se nalazi. Stoga, i ovlast SIP-a BiH iz članka 6.7. Izbornoga zakona BiH se u konkretnom slučaju može promatrati samo u odnosu na razdoblje izborne kampanje, odnosno povredu pravila ponašanja u izbornoj kampanji.

To znači da sadržaj objave na *Facebook* stranici žaliteljice nije mogao biti cijenjen u smislu članka 7.3 stavak (1) točka 7) Izbornog zakona BiH. Naime, cijeneći razdoblje objave istoga, Apelacijsko vijeće zaključuje kako je žaliteljica istupala s pozicije građanina na svom *Facebook* profilu, odnosno sadržaj objave je izrečen u njeno osobno ime i ista se svojom izjavom danom SIP-u BiH ogradila od kolektivnog stava političkog subjekta čiji je kandidat. Vrijeme objave statusa 23. 8. 2020. godine upućuje na zaključak kako ista još uvijek nije politički označena budući da je prema Uputi o rokovima i redoslijedu izbornih aktivnosti za Lokalne izbore 2020. godine, članak 2. točka 2 - Podnošenje kandidacijskih listi, propisano da se konačna ovjera kandidacijskih listi vrši do 11. 9. 2020. godine, a da se objava istih vrši do 1. 10. 2020. godine. Od trenutka kada se objavi da je netko na kandidacijskoj listi, ta osoba ima veći stupanj odgovornosti i ista je poznata javnosti.

Odlučna činjenica za uvažavanje izjavljene žalbe je ta da je SIP BiH svojom odlukom ispitivao navedenu povredu s gledišta zabranjenoga govora (govora mržnje) u razdoblju kada nije počela izborna kampanja. Stoga, prema shvaćanju Apelacijskog vijeća, u predmetnom slučaju ne može biti riječ o povredi izborne kampanje, kao niti izborne odgovornosti jer to razdoblje kako ga propisuje Izborni zakon nije u vrijeme objave počeo.

Sama ova činjenica, uz sve navedene razloge je dovoljna za utvrđenje nezakonitosti pobijane odluke, jer su primjene odredbe koje nisu mogle biti primijenjene.

Međutim, valja posebno istaknuti da to ne znači kako je od strane ovog suda utvrđeno da je SIP BiH nepravilno utvrdio činjenice vezane za zabranjeni govor, koji su sadržani u spornoj objavi na *Facebook* statusu žaliteljice. Ovo samo znači da postojanje ove povrede SIP-a BiH nije mogao utvrđivati izvan razdoblja izborne kampanje primjenjujući odredbe kojima se reguliraju pravila ponašanja tijekom izborne kampanje.

Međutim, ovaj sud, odlučujući o žalbama je vezan granicama koje je odredio sam SIP svojom odlukom, na način da ispituje postojanje povrede za koje se terete žaliteljica i pravilnog odmjeravanja kazne.

Kako je odgovornost političkoga subjekta Demokratska fronta – Građanski savez isključivo utemeljena na odgovornosti njenoga kandidata, to je Apelacijsko vijeće Suda BiH u postupku utvrdilo kako ne postoji odgovornost kandidata, samim tim je nezakonita odluka u stavku prvom u kojem politički subjekt proglašen odgovornim i istom je izrečena novčana kazna.

Iz svih navedenih razloga ovo vijeće nije cijenilo ostale žalbene razloge nalazeći da nisu od utjecaja na drugačije odlučivanje u ovoj pravnoj stvari.

\*\*\*

## 9. ZAKLJUČAK

• Iz naprijed navedene diskusije te iznesenih sudskih slučajeva sasvim opravdano se može zaključiti kako je materija uporabe društvenih mreža u izbornome procesu u Bosni i Hercegovini još uvijek do kraja neistraženo polje pa je neophodno nastaviti s analizom pravnoga okruženja, sudskih predmeta i utvrđene prakse, kako u djelovanju političkih subjekata, tako i u proceduri postupanja Središnjega izbornog povjerenstva BiH i Apelacijskoga odjela Suda BiH.

Također, može se izvući zaključak kako je pravni okvir za postupanje političkih subjekata s jedne strane, te Središnjega izbornog povjerenstva BiH s druge strane, još uvijek nedovoljno određen i dovoljan, te ne odgovara na nove izazove koje nudi *online* politička kampanja tj. digitalna kampanja koja se vodi na internetu putem široke lepeze društvenih mreža i drugih oblika suvremene digitalne političke komunikacije.

Zbog toga je potrebno provesti široku raspravu u bosanskohercegovačkom društvu o ulozi političkih sudionika na društvenim mrežama. Rezultat takve diskusije i neophodnih pravnih i političkih analiza treba biti izrada novih i dopuna postojećih pravnih propisa kojima bi se upotpunio pravni okvir za postupanje političkih subjekata, tijela za provedbu izbora i pravosudnih institucija u pogledu djelovanja političkih subjekata na društvenim mrežama, a posebno u pogledu vođenja digitalne izborne kampanje.

• Također, iznesena elaboracija upućuje na potrebu donošenja novog Zakona o političkim strankama u Bosni i Hercegovini, koji treba sadržavati pravila, koja moraju jamčiti i povećati provjerljivost *online* političkih kampanja, onemogućiti obmanu ili prevaru, strogo sankcionirati postavljanje lažnih vijesti i osigurati da se precizno može utvrditi iz kojih izvora je plaćeno političko oglašavanje na društvenoj mreži.

• Političkom oglašavanju i digitalnom mikrociljanju (Digital Microtargeting) se, također, mora posvetiti posebna društvena pažnja, naročito u širem kontekstu prihvatanja vrijednosti europskoga izbornog naslijeđa, tj. osiguranja slobodnih i pravednih izbora.

Nove digitalne tehnologije i uporaba društvenih mreža u političkom djelovanju predstavljaju novi izazov za demokraciju općenito, a za bosanskohercegovačko okruženje naročito jer mijenjaju način komunikacije političkih stranaka s biračima, kao i način odvijanja političkih kampanja i znatno utječu na izbornu volju biračkoga tijela i njihovo ponašanje u izbornom procesu. S druge strane, tijela za provedbu izbora izražavaju potrebu za određenijom i proširenijom regulativom u ovome području.

• U Europskoj uniji vodi se diskusija i priprema paket zakona o digitalnim uslugama (Digital Service Act Package) i Akcijski plan Europske demokracije (European Democracy Action Plan) koji, između ostaloga, imaju za cilj i uređenje područja *online* političkoga oglašavanja. Bosna i Hercegovina ne smije kasniti u tom području. Potrebno



je da se mjerodavna državna tijela Bosne i Hercegovine uključe i aktivno prate proces usvajanja paketa ovih zakona i odmah reagiraju donošenjem domaćih propisa sukladno rješenjima koja budu usvojena unutar Europske unije. U tom kontekstu ključno je postizanje interoperabilnosti baze podataka i razmjena ideja, kao i zauzimanje jedinstvenih stavova mjerodavnih institucija Bosne i Hercegovine.

- Suzbijanju dezinformacija i lažnih vijesti na *online* platformama mora se posvetiti posebna pažnja. Potrebno je, u tom kontekstu, podizati svijest o štetnosti dezinformiranja javnosti i uporabe lažnih vijesti koje mogu u nekim slučajevima, ne samo kratkoročno, izazvati strašne posljedice.

Slijedom Kodeksa Europske prakse o dezinformacijama (The EU Code of Practice on Disinformation) poželjno je sličan akt usvojiti i u Bosni i Hercegovini. Jedna od mjera u takvom Kodeksu može biti opredjeljenje ka najvišem stupnju transparentnosti u političkim oglašavanjima i političkoj komunikaciji. U BiH bi se taj dokument mogao nazvati Kodeks dobroga vladanja na društvenim mrežama u razdoblju izborne kampanje.

- Posebna pažnja u BiH se mora posvetiti zaštiti osobnih podataka na društvenim mrežama (*online*). Na razini Europske unije značajna Opća uredba o zaštiti podataka (The General Data Protection Regulation – GDPR) i domaći Zakon o zaštiti osobnih podataka („Službeni glasnik BiH, broj: 49/06, 76/11 i 89/11) predstavljaju temelj za unapređenje rješenja iz područja digitalne izborne kampanje. Ključni napredak se treba ostvariti u dosljednoj primjeni individualnoga pristanka za prikupljanje i obradbu osobnih podataka, postavljajući ograničenja za političke stranke u pogledu digitalnoga mikrociljanja.

- Na kraju, dosadašnja diskusija i primjeri iz prakse Središnjega izbornog povjerenstva BiH i Apelacijskog odjela Suda BiH zahtijevaju što žurnije pravno definiranje „govora mržnje“ u izbornom zakonodavstvu BiH. Niti jedan oblik „govora mržnje“ se ne smije tolerirati bilo da se postavlja *offline* ili *online*. U kontekstu ove studije, uvredljiv, nasilnički ili prijeteci govor ili objava *online* koja izražava predrasude ili mržnju prema pojedincima ili skupini i koja se može shvatiti kao prijetnja, fizička, psihička ili statusna, a koja se temelji na rasi, religiji, seksualnoj orijentaciji, porijeklu, socijalnom statusu, obrazovanju, položaju u društvu ili nastanjenosti ili nekom drugom obilježju, nije dopuštena u demokratskom društvu i ne može se skrivati iza pojma slobode izražavanja.

Statusi i objave na mreži (*online*) koji rabe „govor mržnje“ kao takvi namijenjeni su ponižavanju i zlostavljanju drugoga. Ili ako se rabi surovi i pogrđni jezik na temelju stvarne ili navodne pripadnosti nekoj društvenoj grupi, odnosno napada se osoba ili skupina na temelju svojstva kao što je rasa, etničko porijeklo, religija, nacionalno porijeklo, spol, invalidnost, seksualna orijentacija ili rodni identitet, zahtijevaju nultu toleranciju tijela za provedbu izbora i energične mjere prema onima koji rabe „govor mržnje“ općenito, a posebno u izbornom procesu.

## 10. SMJERNICE ZA IZBORNE SUDIONIKE

1. Kampanja o vašim načelima, idealima, programu i kandidatima se može voditi svaki dan, ali nije Izbornim zakonom BiH dozvoljeno voditi plaćenu izbornu kampanju prije službenoga početka izborne kampanje. Zato je potrebno uzdržati se od plaćene kampanje kako putem društvenih mreža, tako i putem svih drugih oblika plaćenoga oglašavanja.
2. Održavanje i osvježavanje službene mrežne stranice političkoga subjekta u 21. stoljeću je temeljni zahtjev i *conditio sine qua non* moderne političke komunikacije između političkog subjekta i njegovoga biračkog tijela. Zato izradi, održavanju i osvježavanju vaše mrežne stranice posvetite maksimalnu pažnju.
3. Elektronička pošta je temelj suvremene komunikacije i prijenosa službenih informacija, dostave i prijema službenih dokumenta, priopćenja za medije, davanja obvezujućih uputa podružnicama stranke, članstvu, pristalicama i simpatizerima. Zato obvezno formirajte vašu listu adresa elektroničke pošte i komunicirajte sa službene adrese elektroničke pošte s vašim članstvom, rukovoditeljima podružnice stranke, zastupničkim i odborničkim klubom, organizacijskim oblicima unutar stranke i ostalim ključnim donositeljima odluka u stranci. Pri tome, službene adrese elektroničke pošte strukturirajte tako da budu jednostavnog naziva i usmjerene na prijem samo one pošte koja je naslovljena na tu adresu.
4. Redovito provjeravajte *spam* ili *junk* neželjenu elektroničku poštu te uključujte najnovije antivirusne programe za zaštitu od virusa i neželjene elektroničke pošte.
5. Izbor društvenih mreža kojima želite doprijeti do svojih birača, simpatizera, sponzora i donatora je raznolika. Onoga trenutka kada odaberete kanale komunikacije sa svojim potencijalnim biračkim tijelom putem provjerenih mreža, budite dosljedni i neprestano ih osvježavajte. Nije neophodno imati *account* na svim mrežama, dovoljno je biti na onim koje vas vode do vaše ciljne skupine.
6. Prije donošenja strateških odluka o važnim programskim ciljevima i odlukama rabite mogućnosti ispitivanja javnog mnijenja putem mrežnih anketa. Uz sva ograničenja i moguće pogreške, ipak će vam to omogućiti da dobijete *feedback*, povratnu informaciju populacije kojoj se obraćate. Pri tome je jako važno anketni upitnik sročiti po znanstvenim metodološkim zahtjevima, a to, prije svega znači utvrditi generalnu hipotezu s ovisnim i neovisnim varijablama (promjenjiva) koju želite dokazati ili opovrgnuti.

Najjednostavniji i najbrži način za izradu vlastite ankete je uporaba Googleovih alata, npr. docs.google.com, workspace.google, itd. Za razliku od tradicionalnih anketa, *online* ankete znatno skraćuju vrijeme potrebno za identifikaciju ciljne skupine ispitanika. Skupljanja odgovora i njihovu statističku analizu. Frekvencije odgovora (response rate) je relativno velika, a slučajni uzorak (random sampling) se može kvalitetno odabrati tako da svaki pojedinac populacije ima jednake šanse biti odabran. Ove ankete se jednostavno i brzo sastavljaju, lako su dostupne i omogućuju prijeko potrebnu anonimnost ispitanika.

Kako strukturirati jednostavnu *online* anketu?

Kada pristupite izradbi *online* ankete možete rabiti nekoliko tipova pitanja. Na primjer:

**A = Jedan od ponuđenih odgovora**

(Ponudite – jedno pitanje i 4-5 odgovora kao i mogućnost “ništa od navedenoga”)

**B = Više ponuđenih odgovora** Višestruki odgovori.

(Ispitanik može odgovoriti na više od jedne opcije)

**C = Odgovori na pitanje s DA/NE**

(Zaista koristan tip pitanja i odgovora)

**D = Slobodan tekst**

(Ovo rabite kada želite da ispitanik upiše slobodan tekst u polje za odgovor. Pri tome ograničite broj slova/znakova koji se mogu unijeti, npr. na 100 znakova)

**E = Odgovor numeracijom**

(Numerički unos rabite kada želite odgovor izražen samo brojem. Možete koristiti dvije inačice, cijeli broj ili broj s decimalnim zarezmom. Npr. Koliki bi iznos PDV-a u BiH trebao biti?)

**F = Skaliranje.** Ovo je tip pitanja vam može pomoći u ocjeni nekih tvrdnji, odnosno stavova. Nakon postavljenoga pitanja potrebno je definirati neke tvrdnje i postaviti ih u retke, a potom u stupcima dati ocjene.

Na primjer:

Koje metode i tehnike vođenja naše izborne kampanje Vam se sviđaju?

|                                                                                  | Znatno | Osrednje | Nikako |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|--------|
| • Billboardi                                                                     | O      | O        | O      |
| • Plakati “sendviči”                                                             | O      | O        | O      |
| • TV spot                                                                        | O      | O        | O      |
| • Radio jingle                                                                   | O      | O        | O      |
| • “Od vrata do vrata”                                                            | O      | O        | O      |
| • Mini štand na ulici                                                            | O      | O        | O      |
| • Distribucija letaka, zastavica, bedževa, majica na ulici i trgovačkim centrima | O      | O        | O      |
| • Videozapis putem Facebooka i News portala                                      | O      | O        | O      |
| • Elektronička pošta putem liste adresa električne pošte                         | O      | O        | O      |
| • Izravna pošta                                                                  | O      | O        | O      |
| • Tribine                                                                        | O      | O        | O      |
| • Kava s kandidatom                                                              | O      | O        | O      |
| • Šetnja naših kandidata glavnim ulicama grada                                   | O      | O        | O      |
| • Facebook <i>fan page</i>                                                       | O      | O        | O      |
| • Uporaba društvenih mreža                                                       | O      | O        | O      |

**G Rangiranje.** Ovom tehnikom nudite biraču da sam posloži prioritete nekih opcija. Opcije za rangiranje morate definirati vi, a softver treba omogućiti opcijama da se mogu pomjerati i podesiti prema iskazanoj namjeri ispitanika.

Na primjer:

Poredajte prioritete:

|  |                                                             |
|--|-------------------------------------------------------------|
|  | Donošenje novog Ustava BiH                                  |
|  | Smanjenje stope PDV-a                                       |
|  | Zabrana gradnje mini hidroelektrana                         |
|  | Donošenje Zakona o istospolnim brakovima                    |
|  | Zabrana financiranja političkih stranaka iz proračuna, itd. |

## H Višestruki otvoreni odgovori.

(Ovakva pitanja su vam korisna kada želite iznošenje stavova osoba koje odgovaraju na više pitanja u slobodnoj, narativnoj formi.

Na primjer: Molimo Vas odgovorite na sljedeća pitanja:

|                                                     |  |
|-----------------------------------------------------|--|
| 1. Kakvo je Vaše mišljenje o programu naše stranke? |  |
| 2. Šta mislite o vodi naše stranke?                 |  |
| 3. Šta najviše zamjerate našoj stranci?             |  |
| 4. Kako vidite našu stranku u budućnosti?           |  |

Ovo su samo primjeri za ilustraciju. Zapamtite da vam društvene mreže nude široke mogućnosti anketiranja vaše ciljne skupine. Konačan dizajn ankete će ovisiti o vašim ciljevima koje želite postići. Nekada će vam biti cilj da u kratkom vremenskom razdoblju dobijete odgovor na samo 2-3 pitanja, a nekada će vam biti namjera dobivanje odgovora na više izravnih pitanja o programu, kandidatima i politikama stranke. Svakako, vodite računa da pitanja budu kratka i jezgrovita. Jako je važno prilikom postavljanja pitanja izbjegavati *bias*, tj. navođenje ispitanika na odgovor koji odgovara vašoj političkoj afilaciji. Također, vodite i računa o veličini uzorka. U *online* anketama moguće je da jedna osoba ispuni više upitnika što može iskriviti stvarnu sliku stavova populacije koju istražujete.

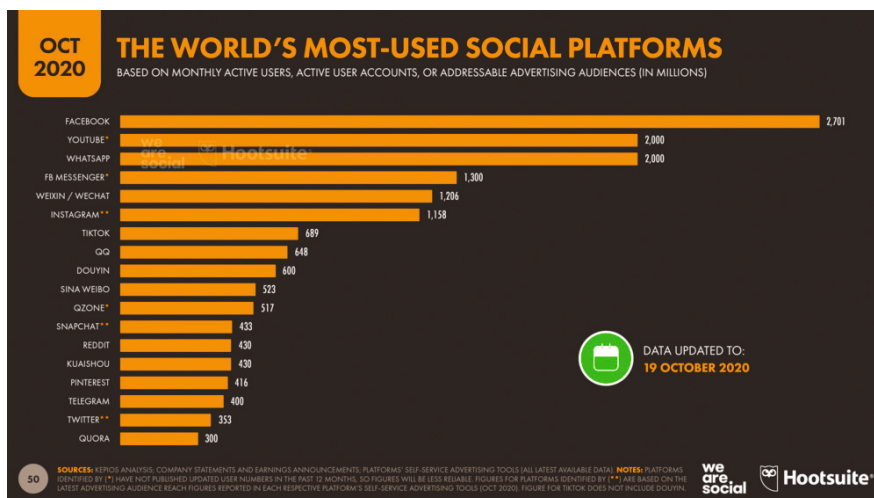
- Na platformama društvenih medija koje rabite, na vašoj službenoj stranici i u vašem javnom političkom diskursu osudite svaki oblik govora mržnje. Ogradite se od onih koji rabe govor mržnje na društvenim mrežama.
- Zaštitite osobne podatke vaših članova i drugih korisnika društvenih mreža. Ako obrađujete podatke vašeg člana ili simpatizera, zahtijevate osobnu suglasnost za obradbu tih podataka. Upozorite ga da je uporaba njegovih osobnih podataka bez njegove izričite suglasnosti protuzakonita.
- Funkciji vaše mrežne stranice posvetite dužu pažnju. Zapamtite da je to vaš komunikacijski kanal s vašim članstvom i pristalicama, ali također i vaš prozor u svijet. Vašu stranicu će posjetiti i oni koji su vaši politički protivnici. Jedna od važnih poluga vaše aktivnosti na stranici je interaktivnost, a to znači da omogućite forum za diskusiju, blog ili davanje mogućnosti komentiranja vaših politika.
- Političke stranke i neovisni kandidati trebali bi osigurati da mediji uživaju nesmetan pristup službenim izvorima informacija o kandidatima za javne funkcije i da se ne suočavaju s neprimjerenim preprekama za širenja takvih informacija i ideja.
- Politički subjekti imaju posebnu obvezu poduzimanja brzih i učinkovitih mjera kako bi se sprječavali, zaštitili, procesuirali i kažnjavali napadi, prijetnje, zastrašivanja i uznemiravanja, izvan mreže i na mreži, novinara i drugih medijskih djelatnika, uključujući i njihove imovine i obitelji tijekom izbornoga procesa, posebno tamo gdje su uključeni ili mogu biti uključeni državni sudionici. Ova je mjera posebno potrebna u odnosu na novinarke i pojedince koje pripadaju marginaliziranim skupinama.
- Političke stranke i kandidati trebaju biti transparentni, uključujući medije u svezi s njihovim prihodima i rashodima u izbornom procesu.

# **PRILOZI**





## 11. PRILOZI

Prilog 1 – Pregled najpopularnijih društvenih mreža u svijetu<sup>49</sup>

Iz ovog priloga se može vidjeti kako društvena platforma Facebook ima najveći broj korisnika u listopadu 2020. godine. Iza ove platforme najveći broj korisnika imaju YouTube i Whatsapp.

Prilog 2 - Društvene mreže: Pet načina kako ih pametno upotrijebiti<sup>50</sup>

Način na koji danas komuniciramo razlikuje se od onog kako smo to nekada radili. Normalno, i tada se komunikacija razlikovala od načina na koji su stariji članovi naših obitelji ili poznanici komunicirali. Živimo u eri **4. industrijske revolucije**, kada internet i mreže na koje se spajamo imaju veliki značaj za razvoj, kako pojedinca, tako i društva uopće. Otvaraju se nova radna mjesta koja zahtijevaju neke nove stručnjake, rabimo riječi koje prije 27 godina nisu postojale i bez interneta ne možemo. Ukratko, sve je *online* i “svi su gore”, a u narodu se već kaže: *ako niste online, kao da ne postojite*.

## Društvene mreže su najbrže rastuća industrija u svijetu

Društvene mreže danas svi rabe na svojim mobilnim uređajima, vjerojatno svi znaju nabrojati barem dvije mreže i njima se svakodnevno povezujemo s drugim ljudima.

<sup>49</sup> <https://datareportal.com/social-media-users>, Posjećeno, preuzeto i prilagođeno 24. 11. 2020 u 17,11 h

<sup>50</sup> [https://ec.europa.eu/croatia/education/social-media-5-ways-how-to-use-it-properly\\_hr](https://ec.europa.eu/croatia/education/social-media-5-ways-how-to-use-it-properly_hr), Posjećeno, preuzeto i prilagođeno 21. 9. 2020. u 16,00 sati.

## Facebook

Najveća društvena mreža na svijetu s ukupno 2.2 milijarde aktivnih korisnika. Ovaj medij podržava različite formate sadržaja od kojih najčešće koristimo fotografije, video sadržaj i poveznice. Privatni profili na Facebooku namijenjeni su privatnim osobama, dok su Facebook stranice namijenjene poslovnim subjektima, proizvodima i uslugama, poznatim osobama i sl. Facebook grupe povezuju korisnike oko iste teme u zatvorenoj ili otvorenoj komunikaciji prema javnosti.

## Instagram

Jedna od najvećih društvenih mreža u svijetu koja se temelji na vizualnom doživljaju, a temeljni su formati sadržaja fotografije i videozapisi. I na Instagramu možete imati Instagram profil, koji je namijenjen privatnim osobama i može biti zaključan ili otključan za javnost, i Instagram poslovni profil, koji je namijenjen poslovnim korisnicima, medijima, poznatim osobama i slično.

Posebnost Instagrama jest i *Instagram Story*, koji omogućuje dijeljenje sadržaja koji se briše nakon 24 sata, ali ga možete i arhivirati ako to želite. I *hashtagovi* su važan element kod objave sadržaja na Instagramu jer povezuju sadržaj u svojevrsnu arhivu “tagiranih” istim hashtagom. Hashtag na društvenim mrežama predstavlja riječ koja ispred sebe ima oznaku # te na taj način predstavlja određeni pojam koji se može pretraživati. Pretražujući određeni hashtag, možemo vidjeti sav javno objavljen sadržaj uz koji je naveden taj hashtag, primjerice #DigitalniSvijet.

## Twitter

Iako je u svijetu broj aktivnih korisnika ove mreže oko 255 milijuna, kod nas je Twitter najmanje rabljena društvena mreža. Ova mreža ima ograničen unos znakova (280 s razmacima) i uz tekst možete koristiti fotografije, poveznice, videozapise, *gifove*... Međutim, prilično se razlikuje od ostalih mreža. Brz je u izmjeni informacija i nerijetko se sadržaj koji objavite može “izgubiti” u naletu svega ostalog na “feedu” (prostor na društvenim mrežama u kojemu se pojavljuju objave drugih korisnika).

Tu su još i **LinkedIn, YouTube, Pinterest, Snapchat, Tumblr, TikTok...** Također, postoje i aplikacije za dopisivanje: **Messenger, WhatsApp, Viber, Skype, Telegram...**

## Netiquette – online bonton ili pravila online ponašanja

To što ste *online* i imate mogućnost ostaviti svoj glas/komentar gdje i kad god želite – ne znači da morate i da možete reći bilo šta.

Kao i u stvarnom životu, trebali biste se držati nekih pravila ponašanja. Npr., zakon je jedno pravilo, bonton je drugo, kultura, etika. No, tu su i pravila ponašanja u *online* svijetu, internetska etika – **Netiquette**.

Prema Netiquetteu, trebalo bi paziti na sljedeće:

- ne rabite velika tiskana slova, osim ako ste baš jako ljuti, jer kad pišete velikim tiskanim slovima ostavljate dojam podizanja tona glasa,
- nemojte psovati, vrijeđati druge, lagati, prijetiti ili biti nasilni,
- pokušajte ne sudjelovati u tračevima i raspravama u kojima se nekoga ogovara, radije pokušajte nekome uljepšati dan zanimljivim sadržajem,
- radije napišite jednu veliku poruku nego nekoliko malih, koje onda dolaze svake dvije sekunde
- ono što ne biste podijelili/pokazali svim ljudima na svijetu, ne objavljujte *online*,
- kada poželite komentirati aktualnosti koju ste vidjeli ili pročitali, najprije provjerite znate li sve činjenice i pročitajte cijeli članak ili pogledajte videozapis do kraja,
- sve ono što inače ne biste rekli u lice nekome, nemojte ni pisati *online*,
- poštujućte privatnost drugih ljudi, ne objavljujte osobne podatke (svoje, a pogotovo ne tuđe),
- kad objavljujete sadržaje na kojima su i drugi ljudi, zapitajte se bi li vama bilo u redu da netko objavi tako nešto na čemu ste vi i najprije tražite dopuštenje,
- ne umnažajte ili ne preuzimajte sadržaj bez dopuštenja i navođenja autora jer postoji Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima koji štiti autorska prava.

Osim ovih temeljnih pravila ponašanja, pripazite da vam fotografije prilikom objave ne budu mutne ili da vam se ne trese ruka dok snimate videozapis.

### **Pet načina kako pametno rabiti društvene mreže**

Zašto biste uopće aktivno rabili društvene mreže? Pet je razloga zašto.

#### **1. Gradite veze**

Temeljno postojanje svih društvenih mreža, kao što im i ime govori, temelji se na povezivanju. Svi smo na društvenim mrežama. Razni ljudi koji rade na raznim mjestima. Upoznajte ljude, širite poznanstva, komunicirajte pristojno i dijelite iskustva. Nikad ne znate kako vam neki od njih mogu pomoći pri sljedećem zaposlenju ili gradnji karijere.

#### **2. Dijelite znanje**

Društvene mreže omogućuju vam da pričate i pokažete što radite. Povežite se sa skupinama ljudi koji rade u nišama koje vas zanimaju. Dijelite znanje s njima, objavljujte sadržaj i pokažite koliko ste stručni u određenim područjima, tako se profilirate kao profesionalac.

### 3. Educirajte se

Sva mjesta koja svakodnevno posjećujete putem svojih društvenih mreža možete oblikovati kako vam odgovara. Umjesto hrpe informacija koje vas iscrpljuju ili vam do-  
sađuju, možete odabrati pratiti stranice ili profile koji vas inspiriraju, zabavljaju, gdje  
možete naučiti nešto novo ili se informirati o temama koje vas zanimaju.

### 4. Istražujte

Društvene mreže su odlično mjesto za pretraživanje. Ne/Nisu kao Google, ali na  
društvenim ćete mrežama pronaći puno odgovora na razna pitanja, pogotovo ako pre-  
tražujete hashtagove na Instagramu.

### 5. Ostanite u kontaktu

Kontakt sa starim prijateljima ili poznanicima s kojima smo nekada išli u školu,  
znatno je jednostavniji putem društvenih mreža. S nekim ljudima imate isključivo *online*  
odnos, s drugima se *online* dogovarate za susrete izvan mreže, s nekima se viđate često,  
u neke se zaljubite, nekima samo označujete kako vam se sviđaju njihove objave. I sve je  
to u redu, dok god se držite onih nekoliko gore navedenih pravila.

## **Prilog 3 - Okvirni Izborni etički kodeks političkih subjekata koji sudjeluju na Lokalnim izborima 2020.godine**

Politički subjekti koji su, sukladno Izbornom zakonu Bosne i Hercegovine, ovjereni  
za sudjelovanje na Lokalnim izborima 2020. godine, svojom slobodnom voljom potvr-  
đenom potpisima ovlaštenih predstavnika, prihvatili su i u Gradu/Općini XY, dana XY  
2020. godine, potpisali

### **Izborni etički kodeks <sup>51</sup>**

političkih subjekata koji sudjeluju na Lokalnim izborima 2020. godine

Grad/Općina XY

U cilju promoviranja slobodnih i poštenih lokalnih izbora 2020.godine, politički su-  
bjekti koji su ovjereni za Lokalne izbore 2020. godine u Općini/Gradu XY prihvaćaju po-  
štovanje načela: zakonitosti; demokracije; odgovornosti; integriteta i transparentnosti;  
slobode uporabe izbornih prava; uzajamnog poštivanja kao i kulture političkog dijaloga.

Sukladno spomenutim načelima, politički subjekti se posebno obvezuju na sljedeće:

<sup>51</sup> Prema saopćenjima Misije OSCE u BiH od 15. 10. 2020. godine ovaj Kodeks je potpisan od strane političkih subjekata  
(vidi <https://www.osce.org/bs/mission-to-bosnia-and-herzegovina/467406>), a iz priopćenja 18. 11. 2020. godine  
vidi se kako je ovaj Kodeks potpisan od strane političkih subjekata grada Mostara (vidi <https://www.osce.org/bs/mission-to-bosnia-and-herzegovina/470856>)

### *Tijekom izborne kampanje*

1. Poštovat će sve propise i pravila koja reguliraju izborni proces u BiH.
2. Poštovat će pravo birača za slobodno glasovanje sukladno svojim uvjerenjima te će se uzdržati od uporabe bilo kakvog pritiska ili aktivnosti koje mogu utjecati na slobodno glasovanje.
3. Poštovat će pravo drugih političkih subjekata za slobodno iznošenje svojih programa i ideja. U tom smislu, politički subjekti se naročito obvezuju da neće uklanjati i uništavati promotivni materijal drugih sudionika u izornoj kampanji.
4. Nikoga neće vrijeđati, niti omalovažavati, na temelju rase, roda, vjere, etničke pripadnosti, nacionalnosti, političkih uvjerenja i drugih značajki.
5. Neće rabiti jezik koji predstavlja govor mržnje. Govor mržnje u smislu ovoga kodeksa predstavlja sve oblike izražavanja kojima se širi, raspiruje, potiče ili opravdava rasna mržnja, ksenofobija, antisemitizam ili drugi oblici mržnje temeljeni na netoleranciji.
6. Neće zlouporabiti javnu dužnost i javna sredstva i resurse.
7. Neće ometati slobodan rad medija i novinara te neće zlouporabiti medije, naročito društvene medije i mreže, tijekom kampanje.
8. Neće zlouporabiti trenutačnu epidemiološku situaciju za stjecanje prednosti u poduzimanju promotivnih i drugih predizbornih aktivnosti.

### *U izbornom procesu*

9. Neće ometati rad izbornih službenika te, naročito, neće zlouporabiti pozicije u biračkim odborima.

### *Nakon izbora*

10. Politički subjekti će po objavljenim izbornim rezultatima ukloniti sav promotivni materijal, posebno polijepljene plakate.

### *U pogledu ovog dokumenta*

11. Politički subjekti se obvezuju da će svoje članove i simpatizere upoznati s ovim kodeksom i njegovim načelima i objaviti ga na svojim mrežnim stranicama.
12. Svaki potpisnik će osigurati da sve izborne aktivnosti kandidata konkretnog po-

litičkog subjekta slijede spomenuta načela, a politički subjekt će osuditi svako ponašanje koje predstavlja njihovo kršenje.

13. Politički subjekti se obvezuju na poštivanje ovog kodeksa danom njegovog potpisivanja.

Politički subjekti potpisnici:

SUBJEKT

POTPIS I NADNEVAK

Pripremljeno od strane OSCE-a Misija u BiH, listopad 2020.

#### **Prilog 4 - Sigurnost na internetu – zaštitite svoje podatke<sup>52</sup>**

Biti bez interneta danas je gotovo nezamislivo. Internet nam je potreban za obavljanje posla, na njemu pronalazimo značajne informacije, zabavljamo se i komuniciramo s drugima. No, često zaboravljamo na različite opasnosti od kojih se moramo zaštititi. Od nesigurnih zaporki do lažnih poruka koje prikupljaju podatke o nama – što bolje razumijemo internet i ovu tehnologiju, lakše ćemo se zaštititi.

Internet je sustav koji omogućuje različitim uređajima međusobno komuniciranje, odnosno razmjenjivanje podataka. Kako bi se svi ti uređaji međusobno razumjeli, postoje i različiti protokoli kojima određeni podatci putuju i zajednički programski “jezik” putem kojega uređaji raspoznaju podatke. Za početak, potrebno je i da mi razumijemo jezik interneta kako bismo se lakše zaštitili.

##### **Phishing – internetska prijevara**

Drugi naziv za ovu prijevaru je mrežna krađa identiteta. Ta će vrsta prevaranata tražiti podatke kao što su broj računa, korisničko ime, zaporka, broj kreditne kartice i PIN te vam navoditi i uvjerljive razloge zašto ih trebaju, primjerice unaprjeđivanje sigurnosnog sustava, verifikaciju računa i naloga, zaštitu od prijevara, povrat poreza ili oporavak računa i slično. Uz to, poruka koju će vam poslati imat će sva obilježja banke od koje i inače dobivate različite informacije. Međutim, vaša banka nikada neće tražiti vaš PIN ni neki od tako osjetljivih osobnih podataka. Ako niste potpuno sigurni u vjerodostojnost takvih poruka, najsigurnije je nazvati banku i pitati jesu li vas nešto trebali.

##### **Spam – neželjena pošta**

Svaka elektronička pošta koja je poslana na dosta adresa odjednom, bez privole vlasnika te adrese, i koja sadrži reklamnu poruku - naziva se *spam*. Većina preglednika e-pošte ima već automatizirano odvajanje spam poruka od ostalih pa ih i nećete vidjeti

<sup>52</sup> [https://ec.europa.eu/croatia/safety\\_on\\_internet\\_protect\\_your\\_personal\\_data\\_hr](https://ec.europa.eu/croatia/safety_on_internet_protect_your_personal_data_hr), posjećeno, preuzeto i prilagođeno 21. 9. 2020. u 16,40 sati.

sve. No, ako neka neželjena poruka ipak uđe u vaš e-poštanski sandučić, pogledajte možete li se odjaviti s popisa primatelja. Na dnu većine takvih poruka trebali biste pronaći poveznicu na automatsko odjavljivanje, a jednom kad se odjavite, ne biste više trebali dobivati poruke od tog pošiljatelja.

### **GDPR – opća odredba o zaštiti podataka**

Opća uredba o zaštiti podataka (na engleskom General Data Protection Regulation) novi je propis o zaštiti privatnosti i osobnih podataka, koji se primjenjuje u svih 27 država članica EU-a. GDPR utječe na sve organizacije koje upotrebljavaju osobne podatke EU građana, čak i ako ne posluju na području Europske unije.

Glavni je njezin cilj smanjenje zlorabe osobnih podataka, što uključuje ime i prezime, broj osobne kartice, adresu, podatke s kreditnih kartica i u zdravstvenim kartonima, biometrijske podatke, genetske podatke, IP adrese, kolačiće u pregledniku i slično.

### **IP adresa – adresa vašeg uređaja na internetu**

Svaki uređaj koji se spaja na internet ima svoje jedinstveno ime, odnosno IP adresu, svojevrsnu osobnu iskaznicu. IP adresa se mijenja u ovisnosti o mreži preko koje pristupate internetu (mreža na poslu, kod kuće, u knjižnici itd.). Međutim, upravo se na temelju IP adrese mogu saznati određeni osobni podatci, poput grada iz kojega se spajate na internet, poštanskog broja i internetski poslužitelj preko kojeg ste se spojili.

Internetski poslužitelj u svakom trenutku vidi tko je, s kojeg uređaja i kada pristupio internetu, čak i kojoj internetskoj stranici. Te je podatke dužan dostaviti policiji ili drugim pravnim tijelima na upit. Vlasnici mrežnih stranica/različitih servisa/igara i sličnih medija kojima pristupamo, također, imaju pristup našim IP adresama. No, najčešće ih rabe tek kao statistički podatak o općenitom prometu na svojim stranicama.

### **Kako se onda zaštititi na internetu?**

Ne dopustite drugima da vide ili saznaju vaše osobne podatke. Pazite na lozinke, učinite ih složenima i ne upotrebljavajte jednu za više računa. Ne ostavljajte svoje uređaje (pametni telefon ili računalo) bez nadzora i izbjegavajte javna računala. Nemojte kliknuti baš na sve poveznice, provjerite da poveznice na koje želite kliknuti dolaze iz pouzdanih izvora. Ne prijavljujte se u račune preko društvenih mreža i ne prihvaćajte olako prijateljstva na društvenim mrežama. Svaku prijevaru prijavite.



## Prilog 5 - Kolika je snaga društvenih mreža u izbornom procesu u BiH?<sup>53</sup>

*Kampanja uvelike traje na društvenim mrežama, iako službeno nije počela. Središnje izborno povjerenstvo BiH nema mehanizme za sankcioniranje ovakvog vida oglašavanja mimo zakonom predviđenog razdoblje od 30 dana prije izbora.*

28. kolovoza 2016.

Do lokalnih izbora u BiH ostalo je nešto više od mjesec dana (2. listopada), ali kampanja političkih subjekata uvelike traje. Mjesecima i to ne samo na televiziji, radiju ili u novinama već i na društvenim mrežama, gdje nema nikakve kontrole kada je riječ o oglašavanju. U Središnjem izbornom povjerenstvu BiH su DW-u rekli kako se radi o području koje je teško kontrolirati. Kolumnist magazina Buka Dragan Bursać kaže kako ovakvom vidu oglašavanja ne treba davati mnogo pažnje, s obzirom da je uporaba društvenih mreža od strane političkih subjekata, kako ističe, smiješna.

### Marketing

“Njihovi utjecaj je minoran. Kakva država takvo ljudstvo, kakvo ljudstvo takva politika, kakva politika takvi i političari. Postoje tu neki začeci neke informativne gdje oni svoje akcije i reakcije objavljuju na društvenim mrežama ali to je za sada sve na početku”, kaže Bursać.

### Od autsajdera do “velikih igrača”



*Dragan Šajić Šaja*

Međutim, ove godine situacija je malo drugačija kada je riječ o aktivnosti političkih subjekata. Neki od njih veoma su aktivni i dobar dio aktivnosti posvetili su upravo druš-

<sup>53</sup> <https://visoko.co.ba/kolika-je-snaga-drustvenih-mreza-u-izbornom-procesu-u-bih/>, posjećeno, preuzeto i prilagođeno 17. 9. 2020. u 19,59 h.

tvenim mrežama. Dragan Šajić Šaja, koji je neovisni kandidat za odbornika u skupštini Grada Banja Luka, kaže kako je kao totalni autsajder, koji je na prošlim lokalnim izborima osvojio samo 85 glasova, morao na neki način promijeniti taktiku. Odlučio se za “iskrenu kampanju” – „Glasujte za moje radno mjesto” – jer kako tvrdi “ne može lagati birače”. Izabrao je Twitter jer je to po njemu najlakši način da bude primijećen.

### “Trgovina” profilima



“Na Twitteru nisam počeo od nule već mi je prijatelj ustupio svoj profil. Prvi dan sam izgubio 80 pratitelja, ali sam zato dobio pažnju ostalih. Naša politička scena je jako inspirativna jer uvijek ima izjava “ozbiljnih” političara na koje se može dodati dobar odgovor. Moj cilj je da napravim besmislenim apsurdni običaj glasovanja siromašnoga naroda za bogate političare koji u svom mandatu samo povećavaju stanje na svom bankovnom računu. Nemam milosti ni prema vlasti ni prema opoziciji jer mislim da su to dvije strane iste medalje”, kaže Šajić svjestan kako Twitter nema veliku moć kod birača budući da se prosječni birač nalazi ispred malih ekrana.

Jedan od najaktivnijih političara s “dužim stažom” na društvenim mrežama je Igor Radojičić, kandidat za gradonačelnika Banja Luke. U virtualnoj interakciji s biračima je oko pet godina, u kontinuitetu. Ovakav vid komunikacije s biračima je sve važniji, kaže, iako tvrdi kako osobni kontakt ništa ne može zamijeniti.

## Društvene mreže vs. osobni kontakt s biračima

“Vidim ovo kao važan oblik komunikacije čija će popularnost i utjecaj tek rasti. Za informiranje i za objašnjavanje stavova. Moja *fan* stranica je moja mala novina. To je put do one skupine građana, posebno onih mlađih, koji ne prate klasične medije, kampanju, miting, a za širi pristup građanima ništa kod nas ne može zamijeniti ‘pješadiju’, tj. osobni kontakt, obilazak terena i mrežu aktivista. E, ja kombiniram i jedno i drugo.”

U izbornom stožeru NDP-a svjesni su, kažu, značaja i mogućnosti društvenih mreža i njihovog dometa u izbornim kampanjama. Iskustvo su, tvrde, stekli 2012. godine jer su još tada angažirali značajne ljudske resurse koji su apsolutno iskoristili moć društvenih mreža u kampanji.

“Nakon četiri godine, ovaj vid komunikacije s građanima se još više utvrdio kao nezaobilazan segment ukupne kampanje. Ako je ranije i bilo ograničenja u pogledu uporabe društvenih mreža od strane ruralnog ili informatički manje pismenog stanovništva, to sada nije slučaj. Ako vam kažemo da skoro 30% glasova očekujemo od građana koje ćemo animirati putem, prije svega, Facebooka, ali i Twittera, onda su vam jasna naša očekivanja i u svezi s tim imamo spremljene sve ljudske i tehničke resurse za ovaj vid kampanje”, kaže pored ostalog Marinko Učur, portparol NDP-a i član izbornoga stožera kandidata ove stranke za gradonačelnika Banja Luke Dragana Čavića.



*Dragan Čavić*

## Neutralizacija botovima

BiH sigurno još ne spada u zemlje s visokim stupnjem uporabe novih tehnologija i njihove primjene u izbornom procesu pa je teško očekivati neki značajan postotak osvojenih glasova iz ove sfere. Ovo područje nije regulirano do kraja ni izvan BiH gdje se najviše pažnje obraća na javne servise u postupku kontrole medijskoga oglašavanja političkih subjekata. Svi ostali, manje više su u funkciji neke političke strukture, što je teško zabraniti, uključujući i društvene mreže izvan službenog trajanja kampanje.

“Društvene mreže nisu toliki problem jer one nemaju toliki utjecaj. Tu postoji cijela vojska botova, stranačkih robota, koji spinuju sve i jedni druge neutraliziraju. Ne vjerujem da će, dakle, to političkim subjektima biti presudno u kampanji. Više će se gledati njihova aktivnost tijekom cijele godine”, kaže analitičar Asim Metiljević.



*Milorad Dodik i Igor Radojičić*

## Zaobilaženje propisa

Plaćeno oglašavanje od dana raspisivanja izbora do dana službene predizborne kampanje je zabranjeno Izbornim zakonom Bosne i Hercegovine svim političkim subjektima. Međutim, očigledno je kako veliki broj političkih subjekata krši ta pravila plaćenim reklamiranjem na internetu, a posebno na Facebooku i Twitteru.



*Ivana Korajlić*

Ranije su neki članovi SIP-a bili stajališta kako je neophodno promijeniti Izborni zakon te jasnije definirati ovo područje s obzirom na rastući utjecaj društvenih mreža. Međutim, sve je ostalo samo na prijedlogu. Zbog toga je Transparency Internacional početkom godine poslao preporuke za izmjene Izbornoga zakona koje se odnose i na uvođenje mehanizma za prevenciju zlouporabe javnih sredstava.

“Što se tiče zabrane oglašavanja od raspisivanja izbora do službenoga početka kampanje, kao i predizborne tišine, one nisu detaljno definirane pa tako dozvoljavaju zaobilaženje. Na primjer, imali smo situaciju da smo prijavljivali stranku koja je stavila billboard sa sloganima i svojim bojama znatno prije početka kampanje, a na dan početka su samo prelijepili pola billboarda i dodali logo stranke. Također, održavaju se predizborni skupovi pod izgovorom kako su to konvencije, skupštine stranke ili se čak organiziraju tribine koje navodno organizira neka institucija, a rabe se za promociju stranke i kandidata”, kaže Ivana Korajlić iz TI.

## Iskrena komunikacija, put do birača



*Nikolina Trninić*

Sva priča o oglašavanju mimo službene kampanje za kandidata za odbornika Demokratskog narodnog saveza u skupštini Grada Banja Luke Nikoline Trninić u drugom je planu. Za nju su društvene mreže dobar kanal za komunikaciju s javnošću i potencijalnim biračima. Svjesna je kako u BiH one još nemaju značajniji utjecaj kao što je to slučaj u nekim europskim zemljama, ali vjeruje u otvorenu i iskrenu komunikaciju s građanima.

“Svoje naloge na mrežama nisam preuredila i podredila izbornim ciljevima, jer isto smatram besmislenim. Moja komunikacija s prijateljima, pratiteljima i onima koje ja pratim je otvorena i iskrena. Možda je ovakav pristup pogrešan, ali smatram kako je ono što birači od kandidata traže, posebno oni koji su prisutni na mrežama, jesu prirodnost i iskrenost, a njih neće pronaći u uvježbanim i pripremanim pamfletima. Mislim da je upravo ovo ono što me izdvaja od ostalih kandidata, koji vjerojatno prema nečijim preporukama, ‘ubrzano’, često pogrešno i agresivno rabe naloge na društvenim mrežama, koje poneki aktiviraju samo u razdoblju izborne kampanje”, smatra Trninić.

\*

\* \*

## 12. LITERATURA

- Noam Chomsky, Media Control, New Work, 2002.
- <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>
- <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>
- <https://datareportal.com/social-media-users>
- <https://podlupom.org/v2/bs/clanak/konacni-izvjestaj-2014/124>.
- „Strategija edukacije birača u Bosni i Hercegovini 2020. - 2023“, SIP BiH, 15. 10. 2020
- <https://www.dictionary.com/e/misinformation-vs-disinformation-get-informed-on-the-difference>
- Brošura Tko se boji twittera još - <http://infohouse.ba/doc/brosura-hbs.pdf>
- <https://tehton.covermagazin.com/?p=7108>
- <https://www.netokracija.com/aplikacije-za-privatne-razgovore-144741> 26. 11. 2020
- Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima”, Generalna skupština Ujedinjenih naroda, 16. prosinca 1966. godine,
- <https://www.osce.org/files/f/documents/e/2/384840.pdf>
- Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions (Varšava: OSCE-ov Ured za demokratske institucije i ljudska prava, 2012.),
- ”Joint Statement on the Media and Elections”, specijalni izvjestitelj UN-a o slobodi mišljenja i izražavanja, OSCE-ov predstavnik za slobodu medija, OAS-ov posebni izvjestitelj o slobodi izražavanja, i ACHPR-ov posebni izvjestitelj o slobodi izražavanja i pristupa informacijama, 15. svibnja 2009.
- TV Vest As & Rogaland Pensjonistparti protiv Norveške, br. 21132/05, 11. 12. 2008.;
- Vereingegen Tierfabriken Schweiz (VgT) protiv Švicarske (br. 2) [GC], br. 32772/02, 30. 6. 2009. Bowman protiv Ujedinjenog Kraljevstva [GC], br. 24839/94, 10. 2. 1998.
- Recommendation No. R (99) 15 of the Committee of Ministers to Member States of the Council of Europe on Measures Concerning Media Coverage of Election Campaigns”, Vijeće Europe, 9. 9. 1999.
- International Mechanisms for Promoting Freedom of Expression, Joint Declaration”, UN-ovog posebnog izvjestitelja za slobodu mišljenja i izražavanja, OSCE-ovog predstavnika za slobodu medija, OAS-ovog posebnog predstavnika za slobodu izražavanja, 10. 12. 2002.
- Koprivica protiv Crne Gore, br. 41158/09, 22. 11. 2011.
- Mizzi protiv Malte, br. 17320/10, 22. 11. 2011.;
- Jeruzalem protiv Austrije, br. 26958/95, 27. 2. 2001. i
- A. protiv Ujedinjenog Kraljevstva, br. 35373/97, 17. 1. 2002.
- Izborni zakon Bosne i Hercegovine(“Službeni glasnik BiH”, br. 23/01, 07/02, 09/02, 20/02, 25/02, 04/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10, 18/13, 7/14 i 31/16 i 41/20)
- Rješenje Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030831 18 Iž od 29. 10. 2018. g
- Rješenje Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030829 18 Iž od 29. 10. 2018. g
- Rješenje Apelacijskog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030880 18 Iž od 30. 10. 2018. g



## 13. BILJEŠKA O AUTORU



**Prof. dr. Suad Arnautović**, rođen je 17. studenoga 1958. godine u Sarajevu. U lipnju 2004. godine Zastupnički dom Parlamentarne skupštine BiH dr. Arnautovića je imenovao za člana Središnjega izbornog povjerenstva BiH. Nakon isteka sedmogodišnjeg mandata, ponovno je imenovan na tu poziciju 22. 9. 2011. godine, a u ožujku 2020. godine izabran je po treći put za člana Središnjega izbornog povjerenstva BiH. U razdoblju siječanj 2008. – svibanj 2009. obavljao je dužnost Predsjednika Središnjega izbornog povjerenstva Bosne i Hercegovine.

Objavio je slijedeće knjige: **„Kontroverze o izborima i izbornom sistemu u Bosni i Hercegovini“** Sarajevo, 2017.; **„Politički sistem Bosne i Hercegovine“** (koautor), Sarajevo, 2010.; **„Političko predstavljanje i izborni sistemi u Bosni i Hercegovini u XX stoljeću“**, Sarajevo, 2009.; **„Analiza politika – Hrestomatija“**, Sarajevo, 2008.; **„Ten Years of Democratic Chaos – Electoral Processes in Bosnia and Herzegovina from 1996 to 2006., Essays, Analyses and Comments“**, Sarajevo, 2007.; **„Opštine/Općine u Bosni i Hercegovini – Demografske, društvene, ekonomske i političke činjenice, (koautor), Sarajevo, 2006.; „Lokalni izbori u BiH 2004. – Naučene lekcije“, (koautor), Sarajevo, 2005.; „Propedeutika političkog marketinga, razumjevanje i organiziranje uspješne izborne kampanje“, Sarajevo, 2001.; „Kampanja za lokalne izbore“, Sarajevo, 2000.; „Kako se branila Bosna“, Sarajevo, 1997.; „Izbori u Bosni i Hercegovini ‘90. – Analiza izbornog procesa“, Sarajevo, 1996.**

Prof. Arnautović je kao autor ili koautor objavio više radova iz znanstvenoga područja političkih znanosti, izbornog i parlamentarnog prava, izbornih sustava, političkog predstavljanja i političkih stranaka, i to:

### Knjige/poglavlja u knjigama/istraživačke studije

1. *“The Presidentialisation of Political Parties in Bosnia and Herzegovina: A Mitigated Presidentialism”* poglavlje u knjizi: *“The Presidentialisation of Political Parties in the Western Balkans”*, Edited by G. Passarelli, Palgrave MacMillan, 2019. (ISBN 978-3-319-97351-7), <https://doi.org/10.1007/978-3-319-97352-4> – str.73 – 96;
2. *„Nove tehnologije u izbornom procesu – izazovi i mogućnosti primjene u Bosni i Hercegovini“* (ur.), Sarajevo, 2017. (ISBN 978-9958-555-32-9);
3. *“Model optimalnog akomodacijskog političkog predstavljanja u Bosni i Hercegovini u XXI stoljeću”* – studija, Centar za istraživanje i monitoring CeMi, Podgorica, 2017. CIP – Katalogizacija u publikaciji NB Crne Gore, Cetinje, ISBN 978-86-85547-51-5; COBISS.CG-ID 14969860
4. *“Electoral and party system in Kosova and Bosnia and Herzegovina : a comparative analysis”* (koautor), Priština, 2016. (ISBN 978-9951-14-051-5);
5. *„Organizational Structures of Political Parties in CEE Countries: A Case Study on Bosnia and Herzegovina”* poglavlje u knjizi *„Organizational Structures of Political Parties in Central and Eastern European Countries* (Editors: K. Sobolewska-Myślik, B.Kosowska-Gąstol, P.Borowiec), Kraków, 2016. (ISBN 978-83-233-4174-1) – str. 59 – 83;
6. *„Political Pluralism and Internal Party Democracy National Study for Bosnia and Herzegovina“* (ed.), Podgorica, 2015. (ISBN 978-86-85547-40-9);
7. *“Politički pluralizam i unutarstranačka demokratija Nacionalna studija za Bosnu i Hercegovinu”*, Podgorica, 2015. (ISBN 978-86-85547-39-3);

## Stručne publikacije/tekstovi u stručnim publikacijama

8. Vodič za izbornu administraciju u svezi s aktivnostima tijekom izbornoga dana pod uvjetima izazvanim pandemijom virusa COVID-19, (autori: dr. Suad Arnautović i Vanja Bjelica-Prutina), Sarajevo 2020, ISBN 978-9958-555-53-4, COBISS.BH-ID 41103878;
9. “DOSSIER MOSTAR: The Electoral System in BiH is Discriminatory and follows the Ethno-Territorial Political Representation”, HEINRICH-BÖLL-STIFTUNG, Bosnia and Herzegovina, Albania, North Macedonia, July 28th 2020, <https://ba.boell.org/en/2020/07/28/dosje-mostar-izborni-sistem-u-bih-je-diskriminatoran-proizilazi-iz-etno-teritorijalnog>,
10. “Kuda ide Bosna i Hercegovina”, Korak, broj 39/2019, ISSN-1512-9411, str. 18 – 24;
11. “Tehnologija i izbori – Kako unaprijediti izborni proces u Bosni i Hercegovini upotrebom moderne tehnologije”, Zbornik autorskih radova - Izbori u Bosni i Hercegovini, ISSN 2566-3356, str. 33 – 46;
12. “Strategies for Empowering Young and Future Voters – Experience of Bosnia and Herzegovina”, International Seminar on Strategies for Empowering Young and Future Voters, January 24<sup>th</sup>, New Delhi, <https://ecisveep.nic.in/files/file/431-international-seminar-on-strategies-for-empowering-young-and-future-voters/>;
13. Zbornik radova / Konferencija Opći izbori 2018 izazovi izbornog procesa u Bosni i Hercegovini, Sarajevo 2019. godine; [urednik Suad Arnautović] - ISBN 978-9958-555-49-7
14. 2018 General elections – Challenges of the Electoral Process in Bosnia and Herzegovina, Sarajevo 2019; [editor Suad Arnautović] - ISBN 978-9958-555-48-0
15. Aceeeo – 27th Annual Conference and General Assembly meeting of ACEEEO 2018, Vilnius, Lithuania
16. Praktikum za izbornu komisiju osnovne izborne jedinice u Bosni i Hercegovini (autori: dr. Suad Arnautović i dr. Irena Hadžabić), Sarajevo 2018, ISBN 978-9958-555-33-6
17. Nove tehnologije u izbornom procesu – izazovi i mogućnosti primjene u Bosni i Hercegovini, Sarajevo 2017. godine; [urednik Suad Arnautović]
18. Prof.dr. Suad Arnautović, Mogućnost digitalizacije izbornog procesa u Bosni i Hercegovini, str.11-20; ISBN 978-9958-555-32-9
19. Zbornik autorskih radova – Izbori u Bosni i Hercegovini (Urednički odbor: Branko Petrić, prof.dr. Suad Arnautović i Stjepan Mikić) Sarajevo 2017 godine. ISSN 2566-3356
20. Conscious Voters in the Digital Age, ACEEEO, 2017, Sofia, Bulgaria
21. Elections in Europe, ACEEEO, 2017, dr. Suad Arnautović, Marijana Žuljević, pg 12-15, ISSN 2074-6733
22. Lokalni izbori 2016 – Naučene lekcije, dr. Suad Arnautović, Analiza rada izbornih povjerenstvo osnovnih izbornih jedinica u 2016. godini str.30-41, Sarajevo 2017. ISBN 978-9958-555-30-5
23. 2016 Local Elections – Lessons Learned, dr. Suad Arnautović, Analysis of the performance of the election commissions of the basic electoral units in 2016, pg.30-41, Sarajevo 2017. ISBN 978-9958-555-31-2;
24. Priručnik za rad biračkih odbora u Bosni i Hercegovini – Lokalni izbori 2016 (Priručnik pripremili: dr. Suad Arnautović, Vlado Rogić i Novak Božićković), Sarajevo 2016. ISBN 978-9958-555-22-0;
25. Development of Electoral Systems in Central and Eastern Europe since 1991, ACEEEO, pg.90-99Budapest, 2016, ISBN 978-963-12-6408-1
26. Suad Arnautović, “Analysis of the performance of the election commissions of the basic electoral units in 2016”, 2016 Local Elections – Lessons Learned, pp. 30-41, Sarajevo 2017. ISBN 978-9958-555-31-2
27. 24TH Annual Conference and General Assembly Meeting of ACEEEO – “Continuous training of electoral stakeholders” and “Equality of voters, equality of votes” Moldova, 2015,
28. Izbori u Bosni i Hercegovini: karsudionisticiste i moguca unapredjenja, Zbornik autorskih radova, dr. Suad Arnautović – Institut vanrednih izbora u Bosni i Hercegovini – političko ili tehničko pitanje, str 68-76, izdavač „Pod lupom“, 2015.

29. Elections in Europe, ACEEEO, Suad Arnautović pg 50-59, ISSN 2074-6733
30. 2014 Local Elections in Korea, Seminar on "Technology and Elections" Suad Arnautović, pg 223 - 230
31. Priručnik za rad biračkih odbora u Bosni i Hercegovini – Lokalni izbori 2014. (Priručnik pripremili: dr. Suad Arnautović, Stjepan Mikić i Branko Petrić), Sarajevo 2014. - ISBN 978-9958-555-17-6
32. Izborni sistem u Bosni i Hercegovini prema Deklaraciji o pravima građana Bosne i Hercegovine, Historijska traganja, br.12, Institut za historiju Sarajevo 2013, Suad Arnautović 49-82, ISSN 1840-3875
33. 3rd Annual Meeting of Election Management in Electoral Processes, Tbilisi, Georgija 2013, dr. Suad Arnautović, Resolution of Electoral Disputes in Election Process in Bosnia and Herzegovina
34. Lokalni izbori 2012 – Analiza izbornog procesa-Konferencija, Jahorina 2013.,
35. Suad Arnautović, "Politička predstavljenost u Mostaru – od etničkog ka teritorijalnom i građanskom", Fondacija centar za javno pravo, juni 2013., ISSN – 2233-0925 (online), ISSN 2232-7320 (tisk.izd.);
36. Prof. dr. Suad Arnautović, Finansiranje kampanje, zakonska rjesenja i iskustva ucesnika na lokalnim izborima, str. 53-55; ISBN 978-9958-555-15-2
37. Priručnik za promatranje izbora u BiH – Lokalni izbori 2012. (autori: dr. Suad Arnautović, Stjepan Mikić, Branko Petrić i Ermin Kos), Sarajevo, 2012., ISBN 978-9958-555-05-3
38. Pripreme općina i općinskih izbornih povjerenstvo za Lokalne izbore 2012. godine u Bosni i Hercegovini, Pravni savjetnik, broj 4, travanj 2012., str. 46. – 55., issn 2233-0860
39. Manual for observation of elections in Bosnia and Herzegovina – 2012 Local elections (autori: dr. Suad Arnautović, Stjepan Mikić, Branko Petrić i Ermin Kos), Sarajevo, 2012., ISBN 978-9958-555-08-4
40. Suad Arnautović, "Finansiranje kampanje, zakonska rješenja i iskustva učesnika na lokalnim izborima", Konferencija Lokalni izbori 2012. - Analiza izbornog procesa – Zbornik, Jahorina, 2013., str. 53 – 55; ISBN 978-9958-555-15-2
41. Priručnik za rad biračkih odbora u Bosni i Hercegovini – Lokalni izbori (recenzent), Sarajevo, 2008.
42. Analiza politika, Hrestomatija, Sarajevo, 2008., ISBN 978-9958-9010-0-3
43. Časopis „Građanički glasnik“, Gračanica, novembar 2008., dr. Suad Arnautović, Lokalni izbori u BiH 2008. - Deja vu ili nova prilika za afirmaciju lokalne uprave i samouprave u Bosni i Hercegovini, str. 12-18 ; ISSN 1512-5556
44. Univerzitet u Sarajevu, Savjetovanje- Reforma visokog obrazovanja i primjena Bolonjskog procesa na Univerzitetu u Sarajevu, Sarajevo 2007
45. Zbornik radova Izbori i izborne koalicije, IDES, Bijeljina 2006, str. 253-270, ISBN 99938-822-3-2
46. Časopis „Pravna misao“ br. 7-8, Sarajevo, 2005. godina , dr. Suad Arnautović, Historija izbora u Bosni i Hercegovini 1990 -2005. – Razdoblje politicke transformacije, str.3-27, Sarajevo ISSN 0555-0092
47. Časopis „Ljudska prava“, broj 3-4, godina 2005, Suad Arnautović str.19-30, ISSN 1512-6579

### **Vijeće kongresa bošnjačkih intelektualaca, Biblioteka posebna izdanja:**

48. 1996 – Izbori 96. i reintegracija BiH, UDK 342.8(497.6)"1996";
49. 1997 – Svaka politika je lokalna, 342.84:352Č(497.6);
50. 1999 – Aporije izbornog zakonodavstva u Bosni i Hercegovini, ISBN 9958-47-056-X;
51. 2000 – Opći izbori 2000. DA ILI NE?ISBN 9958-47-067-5
52. DEPOCEI – Tempus – Development of policy-oriented training programmes in the context of the European integration 2013-2016 , Beograd;
53. Big Questions of our Time – The world speak, Strategic Foresight Group; edited by Sundeep Waslekar, Ilmas Futehally, Suad Arnautovic, Bosnia and Herzegovina pg 27, ISBN 978-81-88262-29-8, New Delhi;
54. Prof. dr. Suad Arnautovic, Izborni sistem, 55-83, RRRP projekat, CeMI, Podgorica, ISBN 978-86-85547-39-3

## 14. ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE

*Recenzija Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm*

*Utjecaj društvenih medija na globalne izbore i demokraciju kontinuirano je rastao tijekom posljednjega desetljeća. U početku se uloga ovih novih i interaktivnih mrežnih platformi uglavnom doživljavala pozitivno i s puno optimizma. Ne samo kao dio „arapskog proljeća” društveni mediji očekivalo se kako će postati pomagači demokratskih promjena u 21. stoljeću, nova prilika za građane da izraze svoj glas i novi žurno potreban kanal izravne komunikacije između građana, političara i institucije.*

*Isazovi koje su donosili društveni mediji pojavili su se sporije i kasnije. Trebalo je vremena da se shvati koliko se građana zatvori u „eho komore” u kojima više nije moguć nikakav smislen dijalog. „Eho komore” kojima su se ponekad mogli pridružiti svjesno i dobrovoljno. Još zabrinjavajuće i „eho komore” koje su tiho nametnuli algoritmi platformi koji su brzo naučili kako korisnici teže duže ostati na mreži ako im se pruža sve ekstremniji i polarizacijski sadržaj, sadržaj koji potvrđuje vlastite pretpostavke umjesto davanja širokih perspektiva. Vidjeli smo kako se govor mržnje i diskriminatorno ponašanje prema ženama i manjinama neometano šire u uglavnom anonimnoj internetskoj sferi. Vidjeli smo kako je transnacionalna priroda internetskog prostora učinila strano miješanje jednostavnim i jeftinim za počinitelje, a istovremeno teškim za otkrivanje, pronalaženje i sprečavanje za mjerodavne nacionalne vlasti. Vidjeli smo da dezinformacija i teorije zavjera utapaju činjenične i točne izvore informacija. Najkasnije sa skandalom Cambridge Analytica, također, smo vidjeli koliko moćno, neprozirno i manipulativno internetsko političko oglašavanje može postati i što nepoštivanje privatnosti i zaštite podataka može podrazumijevati moderne mrežne kampanje.*

*Svi ovi čimbenici usmjerili su središte globalne rasprave na pitanje kako se mogu ublažiti najštetniji i manipulativni učinci društvenih medija i što se može učiniti bez ugrožavanja temeljnih građanskih i političkih prava, uključujući slobodu izražavanja i slobodu držanja mišljenja bez uplitanja. Nažalost, sve ovo je ponekad zasjenilo potencijalne koristi koje društveni mediji nesumnjivo mogu donijeti i izborima i demokratiji.*

*Do sada je široko prepoznato da je više transparentnosti u najmanju ruku polazna točka za rješavanje ovih problema. Više transparentnosti za korisnike koja im omogućuje bolje razumjevanje zašto vide koji sadržaj. Više transparentnosti za nadzorne agencije da prate što i koliko politički sudionici troše za mrežne aktivnosti i oglašavanje. Više transparentnosti za istraživače da bi bolje razumjeli algoritme i podatke koji se rabe na platformama. Više transparentnosti za tradicionalne medije i civilno društvo kako bi bolje pratili, pokrivali i analizirali mrežne kampanje.*

*Platforme društvenih medija već su počele pružati neka oruđa za transparentnost, ali zemlje sve više prepoznaju ograničenja ove samoregulacije i vide potrebu za pažljivo osmišljenim propisima i nadzorom u ovoj domeni.*

*Uloženi su značajni međunarodni i europski naponi kako bi se odgovorilo na ove izazove, uključujući od strane Vijeće Europe koje je i izdašno podržalo ovu publikaciju. Pa ipak, ova „Uloga društvenih medija u izbornom procesu – Smjernice za izborne sudionike” mora premostiti važan*

*jaz: primjenjuje globalna iskustva u kontekstu Bosne i Hercegovine i obogaćuje ih domaćim naučnim lekcijama. Doprinos ove publikacije je od suštinske važnosti, jer se nijedna tehnologija, nijedan zakon i nijedna institucija ne može sama suočiti s izbornim i demokratskim izazovima koji proizlaze iz internetskog informacijskog okruženja. Na kraju je to dobro informirano građanstvo, dobro informirano civilno društvo i dobro informirane političke stranke i kandidati koji čine svu razliku.*

*Izbornim sudionicima i građanima može biti teško snaći se u svim ovim brzo razvijajućim događajima. Političkim sudionicima će možda biti teško biti sigurni što im je dozvoljeno na mreži, a što ne, sa svim tim novim mogućnostima. Smatrat će kako je ova publikacija korisna jer nadilazi međunarodna iskustva i preporuke: objašnjava kako se društveni mediji rabe na izborima u Bosni i Hercegovini i u kojoj se mjeri trenutačni pravni okvir odnosi na društvene medije, uključujući i opširan pregled pravne prakse. Osim toga, naći će poglavlje s ključnim smjernicama za izborne sudionike o tome kako učinkovito i sigurno kretati se zamkama internetskog prostora kao dijela njihove kampanje. Na kraju, ovaj vodič, također, omogućuje čitatelju istraživanje pitanja je li u Bosni i Hercegovini potreban novi pravni okvir za društvene medije na izborima.*

*Nadam se da će ova publikacija doći do široke naklade među izbornim sudionicima, političkim sudionicima i građanima Bosne i Hercegovine i pomoći će im u uporabi, možda i reguliranju, društvenih medija na način koji pogoduje pozitivnom izbornom i demokratskom razvoju u njihovoj zemlji.*

## THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ELECTORAL PROCESS – GUIDELINES FOR ELECTION STAKEHOLDERS

*Reviewed by Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm*

*The impact of social media on global elections and democracy has continuously grown over the last decade. Initially the role of these new and interactive online platforms was largely seen positive and with much optimism. Not only as part of the “Arab Spring” social media were expected to become the facilitators of democratic change in the 21st century, a new opportunity for citizens to make their voices heard, and a new and urgently needed direct communication channel between citizens, politicians and institutions.*

*The challenges brought by social media emerged slower and later. It took time to realize how many citizens become locked in “echo chambers” where no meaningful dialog is not possible anymore. Echo chambers that they may sometimes have joined knowingly and voluntarily. Even more worryingly also “echo chambers” that have silently been imposed by platforms algorithms that quickly learned how users tend to stay online longer if presented with ever more extreme and polarizing content, with content that confirms their own assumptions instead of giving broad perspectives. We have seen hate speech and discriminatory behavior against women and minorities spreading unhindered in the largely anonymous online sphere. We have seen how the transnational nature of cyberspace made foreign interference simple and cheap for perpetrators and at the same time difficult to detect, trace and prevent for competent national authorities. We have seen disinformation and conspiracy theories drowning out factual and accurate information sources. At the latest with the Cambridge Analytica scandal we have also seen how powerful, opaque and manipulative online political advertising can become and what disregard for privacy and data protection modern online campaigns can entail.*

*All these factors shifted the focus of the global debate towards the question of how the most damaging and manipulative effects of social media can be mitigated and what can be done without endangering fundamental civic and political rights, including the freedom of expression and the freedom of holding opinions without interference. Unfortunately, this sometimes has also overshadowed the potential benefits social media can undoubtedly also bring to elections and democracy.*

*By now it is widely recognized that more transparency is at the very least a starting point for resolving these problems. More transparency for users that allows them to better understand why they are seeing which content. More transparency for oversight agencies to track what and how much political actors spend for online activities and advertising. More transparency for researchers to better understand the algorithms and data used on the platforms. More transparency for traditional media and civil society to better follow, cover and analyse online campaigns.*

*Social media platforms have already started to provide some transparency tools. But countries increasingly recognize the limitations of this self-regulation and see the need for carefully designed regulation and oversight in this domain.*



*Significant international and European effort has been made research and to address these challenges, including by the Council of Europe who generously supported this publication. And yet this “The Role of social media in electoral process – Guidelines for election stakeholders” has to bridge an important gap: it applies global experiences in the context of Bosnia Herzegovina and enriches them with domestic lessons learned. The contribution of this publication is essential as no technology, no legislation, no institution can tackle the electoral and democracy challenges arising from the online information environment alone. In the end it is a well-informed citizenry, a well-informed civil society and well-informed political parties and candidates that make all the difference.*

*Electoral stakeholders and citizens alike may find it difficult to navigate all these quickly evolving developments. Political actors may especially find it difficult to be certain about what that can and what they cannot do online with all these new possibilities. They will find this publication useful as it goes beyond outlining international experiences and recommendations: it explains how social media are used in elections in Bosnia and Herzegovina and to what extent the current legal framework applies to social media, including with an extensive overview of jurisprudence. Beyond this, they will find a chapter with key guidance for electoral stakeholders about how to effectively and safely navigate the pitfalls of the online space as part of their campaign. Ultimately, this guide also allows the reader to explore the question of whether a new legal framework for social media in elections is required in Bosnia and Herzegovina.*

*I hope this publication will reach widespread circulation amongst electoral stakeholders, political actors and the citizens of Bosnia and Herzegovina and help them to utilize, possibly also regulate, social media in a way that is conducive for a positive electoral and democratic development in their country.*





Adrese i kontakti Centralne izborne komisije BiH

Adresa:

Danijela Ozme br.7

71000 Sarajevo

Bosna i Hercegovina

Telefon:

**Centrala** + 387 33 251 300

**Odnosi s javnošću** + 387 33 251 323

Faks: + 387 33 251 329

E-mail adresa:

[kontakt@izbori.ba](mailto:kontakt@izbori.ba)

(služi za sve kontakte, žalbe, primjedbe i sl.)

Internet-stranica: [www.izbori.ba](http://www.izbori.ba)

## ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE

*... Doprinos ove publikacije je od suštinske važnosti, jer se nijedna tehnologija, nijedan zakon i nijedna institucija ne može sama suočiti s izbornim i demokratskim izazovima koji proizlaze iz internetskog informacijskog okruženja. Na kraju je to dobro informirano građanstvo, dobro informirano civilno društvo i dobro informirane političke stranke i kandidati koji čine svu razliku.*

*Izbornim sudionicima i građanima može biti teško snaći se u svim ovim brzo razvijajućim događajima. Političkim sudionicima će možda biti teško biti sigurni što im je dozvoljeno na mreži, a što ne, sa svim tim novim mogućnostima. Smatrat će kako je ova publikacija korisna jer nadilazi međunarodna iskustva i preporuke: objašnjava kako se društveni mediji rabe na izborima u Bosni i Hercegovini i u kojoj se mjeri trenutni pravni okvir odnosi na društvene medije, uključujući i opširan pregled pravne prakse. Osim toga, naći će poglavlje s ključnim smjernicama za izborne sudionike o tome kako učinkovito i sigurno kretati se zamkama internetskog prostora kao dijela njihove kampanje. Na kraju, ovaj vodič, također, omogućuje čitatelju istraživanje pitanja je li u Bosni i Hercegovini potreban novi pravni okvir za društvene medije na izborima.*

*Nadam se da će ova publikacija doći do široke naklade među izbornim sudionicima, političkim sudionicima i građanima Bosne i Hercegovine i pomoći će im u uporabi, možda i reguliranju, društvenih medija na način koji pogoduje pozitivnom izbornom i demokratskom razvoju u njihovoj zemlji.*

*Recenzija Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm*

ISBN 978-9958-555-63-3

