



2025-2028

STRATEGIJA ZA EDUKACIJU BIRAČA

Datum pripreme:
Juli, 2025



Organization for Security and
Co-operation in Europe
Mission to Bosnia and Herzegovina



Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine
Središnje izborno povjerenstvo Bosne i Hercegovine
Централна изборна комисија Босне и Херцеговине
Central Election Commission Bosnia and Herzegovina

POPIS SKRAĆENICA

BiH – Bosna i Hercegovina

CBS – Centralni birački spisak

CIK BiH – Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine

FB – Facebook

FBiH – Federacija Bosne i Hercegovine

GIK – Gradska izborna komisija

IG – Instagram

Itđ – i tako dalje

OIK – Opštinska izborna komisija

OSCE - Organizacija za sigurnost i saradnju u Evropi

OSCE/ODIHR - Ured za demokratske institucije i ljudska prava pri Organizaciji za evropsku sigurnost i saradnju

OSI – Osobe sa invaliditetom

PS BiH – Parlamentarna skupština Bosne i Hercegovine

Strategiju za edukaciju birača za Centralnu izbornu komisiju Bosne i Hercegovine izradili su mr. sci. Adin Šabić, nacionalni konsultant OSCE-a, i mr. sci. Mubera Vulović, voditeljica Odjela za odnose s javnošću, međunarodnu saradnju i protokol pri CIK-u BiH, uz finansijsku podršku Misije OSCE-a u Bosni i Hercegovini te Vlade Ujedinjenog Kraljevstva putem UK International Development-a. Stavovi izneseni u Strategiji odražavaju isključivo mišljenja autora i ne predstavljaju nužno službene stavove OSCE-a kao ni Vlade Ujedinjenog Kraljevstva.

SADRŽAJ

1. UVOD	5
2. AKTIVNOSTI CENTRALNE IZBORNE KOMISIJE BIH U DOMENU EDUKACIJE BIRAČA	6
3. PROCJENA INSTITUCIONALNIH KAPACITETA CIK BiH ZA PROVEDBU EDUKACIJE BIRAČA	7
4. Preporuke posmatračkih misija OSCE /ODIHR-a u vezi s edukacijom birača	8
5. MISIJA I VIZIJA	9
5.1. Misija strategije	9
5.2. Vizija strategije	9
6. CILJEVI STRATEGIJE	9
7. CILJNE GRUPE	10
7.1. Politički subjekti, kandidati i izborna administracija	12
7.1.1. Edukacija političkih subjekata i kandidata	13
7.1.2. Edukacija izborne administracije u Bosni i Hercegovini	14
8. KANALI KOMUNICIRANJA	16
8.1. Tradicionalni mediji	16
8.2. Digitalni kanali komunikacije	16
8.4. Fizički materijali	17
8.5. Direktna komunikacija	17
9. KOMUNIKACIJSKI ALATI \ FORMATI ZA EDUKACIJU	17
10. TEME ZA EDUKACIJSKE KAMPANJE ZA BIRAČE, POLITIČKE SUBJEKTE I IZBORNU ADMINISTRACIJU	19
11. AKCIONI PLAN ZA IZBORNE GODINE 2026. i 2028.	21
11.1. Tabelarni prikaz akcionog plana za izborne godine 2026 i 2028:	21
11.2. Prijedlog aktivnosti za izborne godine koje se mogu provoditi na terenu u saradnji sa partnerima	26
12. AKCIONI PLAN ZA NEIZBORNE GODINE 2025-2027.	28
12.1. Tabelarni prikaz akcionog plana za neizborne godine 2025. i 2027.	28
12.2. Prijedlog aktivnosti za neizborne godine koje se mogu provoditi na terenu u saradnji sa partnerima	29
12.3. Prijedlog aktivnosti za CIK BiH operativni plan za uvođenje novih izbornih tehnologija	30
13. MONITORING I EVALUACIJA	31
13.1. Matrica logičkog okvira 2025-2028	31
13.2. Izvještavanje	32
13.3. Naučene lekcije	32
14. PREGLED BUDŽETA	33
15. PREPORUKE	34
16. ZAKLJUČAK	38

PRILOZI:

Prilog I	KRATKI OBRAZAC ZA KRIZNO KOMUNICIRANJE
Prilog II	KRATKI OBRAZAC ZA DEZINFORMACIJE\ LAŽNE VIJESTI

1. UVOD

Ured za demokratske institucije i ljudska prava pri Organizaciji za evropsku sigurnost i saradnju (OSCE/ODIHR) je u svojim završnim izvještajima o posmatranju izbora u Bosni i Hercegovini (2010, 2014, 2018, 2022. i 2024. godine) dosljedno ukazivao na potrebu za sistematskom i sveobuhvatnom edukacijom birača. Kao jedna od ključnih preporuka istaknuta je izrada dugoročnog i održivog programa koji će osigurati kontinuisano informisanje birača, s posebnim fokusom na različite ciljne i ranjive grupe.

U svojim analizama, OSCE/ODIHR posebno naglašava važnost konsultacija sa organizacijama koje predstavljaju marginalizirane grupe, uključujući osobe s invaliditetom, žene, mlade i nacionalne manjine, te potrebu prilagođavanja obrazovnih materijala standardima pristupačnosti, uključujući znakovni jezik i Brajevo pismo. Pažnja je usmjerena i na edukaciju marginalizovanih grupa, kao ključnu komponentu za njihovo ravnopravno i aktivno uključivanje u demokratske procese.

Edukacija birača predstavlja temelj očuvanja integriteta izbornog procesa i izgradnje otpornog, demokratskog društva. Pružanjem znanja o izbornim pravilima i procesima, biračima se omogućava donošenje informisanih i samostalnih odluka, oslobođenih uticaja dezinformacija, pritisaka ili ustaljenih obrazaca ponašanja. Istovremeno, edukacija jača sposobnost birača da prepoznaju i odole pokušajima manipulacije, propagande i drugih oblika izborne zloupotrebe.

U kontekstu niskog nivoa povjerenja u političke procese i izražene apstinencije građana, naročito među mladima i socijalno isključenim grupama, kvalitetna edukacija može imati transformativan uticaj, od pasivnosti ka aktivnom građanskom angažmanu. U društvima gdje izborna kultura još uvijek nije institucionalizovana, građani su često izloženi zloupotrebama, uključujući porodično glasanje, nezakonito korištenje pomoći drugog lica pri glasanju i kupovinu glasova. Pravovremene i ciljno usmjerene edukacijske intervencije mogu značajno doprinijeti prevenciji ovih pojava.

Edukacija birača ne samo da jača individualne kapacitete, već potiče razvoj kritičkog mišljenja, građanske odgovornosti i učešća, te osnažuje ulogu građana kao aktivnih učesnika demokratskih procesa. Ono je, naposljetku, i ključni mehanizam za inkluziju onih koji su često isključeni, žena, Roma, osoba s invaliditetom i drugih marginalizovanih grupa, osiguravajući im jednaka prava i mogućnosti u ostvarivanju biračkog prava.

2. AKTIVNOSTI CENTRALNE IZBORNE KOMISIJE BIH U DOMENU EDUKACIJE BIRAČA

Edukacija birača u Bosni i Hercegovini (BiH) nije posebno naglašena kroz Izborni zakon BiH. Međutim, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine (CIK BiH), kao tijelo zaduženo za provedbu ovog zakona, implementira brojne posredne i neposredne aktivnosti u području edukacije birača. Kroz budžetske stavke, institucija za svaki izborni ciklus predviđa određena finansijska sredstva za promotivne aktivnosti koje provodi putem medija u BiH, ali i u neposrednoj komunikaciji s biračima, posebno onima koji glasaju izvan BiH. Posredne aktivnosti uključuju izradu [video priloga](#), telopa, radijskih džinglova i drugih materijala koji se emituju u javnosti, a čiji je cilj [educirati birače o načinu glasanja](#). U saradnji s Misijom Organizacije za sigurnost i saradnju u Evropi (OSCE) u BiH, CIK BiH svake izborne godine izrađuje veći broj edukativnih videa za [izbornu administraciju](#), [birače](#), ali i za [marginalizovane grupe](#). Svi materijali dostupni su na tri jezika i dva pisma, te su praćeni i znakovnim jezikom, čime se omogućava pristup i biračima s oštećenjem sluha i govora. Nadalje, CIK BiH je uz finansijsku pomoć OSCE Misije u BiH izradio i audio verziju Izbornog zakona za slijepa i slabovidna lica, koji je dostupan na službenoj Internet stranici CIK BiH. Jedna od posrednih aktivnosti koje CIK BiH provodi, uz podršku OSCE-a, je opsežna i ciljana edukacija onih koji prvi put stižu pravo da glasaju, a što uključuje mlade iz srednjih škola. U izbornom periodu CIK BiH organizuje edukacije o izbornom sistemu BiH i samom procesu glasanja. Tokom Lokalnih izbora 2024. godine, uz podršku razvojnih partnera, CIK BiH je proveo niz edukacija i simulacija vezanih uz primjenu novih izbornih tehnologija, koje su korištene na 458 biračkih mjesta u 24 opštine i u Brčko Distriktu BiH. Za javnost na pilot biračkim mjestima izrađeni su edukativni video materijali, provedene simulacije korištenja tehnologije, te su organizovane promotivne aktivnosti u medijima. Ostvarena je i saradnja s organizacijama civilnog društva, uz podršku OSCE-a, koje su u partnerstvu s CIK-om provele edukativne aktivnosti za žene iz ranjivih kategorija, osobe s invaliditetom, pripadnike romske zajednice i mlade. Aktivnosti su se odvijale na terenu putem edukativnih radionica i simulacija. Više od 150 učesnika bilo je uključeno u ove aktivnosti, dok je putem društvenih mreža CIK BiH edukativna kampanja dosegla više od 90.000 osoba.¹ U saradnji sa CIK BiH, Misija OSCE je provela kampanju informisanja putem društvenih mreža podržavajući izradu četiri videa za izlazak na izbore (Get-Out-The-Vote), kojima je promovisano glasanje i koji su dosegli preko 1,5 miliona osoba na društvenim mrežama.²

CIK BiH, u izornoj godini, provodi i edukaciju birača izvan zemlje na način da u saradnji s udruženjima građana BiH u inostranstvu organizuje jednodnevne edukacije o načinu glasanja izvan zemlje (poštom ili lično u diplomatsko-konzularnim predstavništvima BiH), odgovajući na sva pitanja ili nedoumice koje imaju građani Bosne i Hercegovine, koji trenutno žive u inostranstvu. Mediji u Bosni i Hercegovini, prema Izbornom zakonu BiH, imaju obavezu besplatno informisati javnost o izbornim aktivnostima. CIK BiH koristi tu saradnju i redovno informiše širu javnost o svim aktivnostima putem medijskih kanala. Osim toga, koristi i

¹ Pokazuju CIK BiH metrike sa društvenih mreža.

² Pokazuju OSCE metrike sa društvenih mreža.

društvene mreže, te službeni Internet stranicu, na kojoj se redovno ažuriraju informacije od javnog značaja. Zahvaljujući podršci OSCE-a, CIK BiH već godinama prakticira održavanje javnih sjednica, koje su dostupne za praćenje putem [YouTube kanala institucije](#)³. Ovakav pristup doprinosi transparentnosti, ne samo za širu javnost (što je osnovni cilj), već i za medije, koji mogu u stvarnom vremenu pratiti donošenje odluka. Iz navedenog je jasno da CIK BiH provodi aktivnosti vezane uz edukaciju birača, zahvaljujući podršci međunarodnih donatora i, u manjoj mjeri, sredstvima iz državnog budžeta.

3. PROCJENA INSTITUCIONALNIH KAPACITETA CIK BiH ZA PROVEDBU EDUKACIJE BIRAČA

Sekretarijat Centralne izborne komisije BiH trenutno zapošljava 61 osobu, što nije konačan broj zaposlenih prema važećoj sistematizaciji radnih mjesta. Od navedenog broja 50% su osobe koje posjeduju specifična znanja i vještine u oblasti provođenja izbora.⁴ Iako je CIK BiH pripremio novu sistematizaciju radnih mjesta, planirajući povećanje broja zaposlenih u svjetlu novih zadataka i obaveza propisanih izmjenama Izbornog zakona BiH iz 2024. godine, sistematizacija još nije stavljena na dnevni red Vijeća ministara BiH.

U Odjelu za informisanje CIK-a BiH trenutno je zaposlena samo jedna osoba, koja obavlja sve zadatke vezane uz informisanje javnosti, od tradicionalnih i online medija do društvenih mreža. CIK BiH nema posebno angažovanu osobu za edukaciju birača, niti dodatno osoblje koje bi podržalo rad Odjela za informisanje. Edukacija birača je široko područje koje podrazumijeva znanja iz oblasti komunikacija, upotrebe tradicionalnih i digitalnih alata za javni doseg, ali i znanje iz oblasti izbora. Trenutno edukacija funkcioniše na način da različiti odjeli unutar institucije pripremaju sadržaje, koji zatim dolaze do osobe u Odjelu za informisanje, ili do osoba privremeno angažovanih tokom izbornog perioda, najčešće na ugovore do devet mjeseci.

CIK BiH u svom sastavu ima Centar za edukaciju, no njegova je uloga, prema Izbornom zakonu, ograničena na edukaciju izborne administracije.⁵ Za potrebe funkcionisanja Centra trenutno je zaposlena jedna osoba (viši stručni saradnik za edukaciju), koja obavlja logističke pripreme događaja i nije uključena u pripremu i predstavljanje sadržaja. Edukacija birača ne provodi se putem ovog centra, iako on povremeno služi kao prostor za aktivnosti poput dana otvorenih vrata. U nekim državama, poput Gruzije, postoje posebni edukacijski centri koji ne djeluju u okviru izborne komisije, već kao zasebne institucije sa širim mandatom koji uključuje i edukaciju birača, dok je u Moldaviji Centar za stalnu izbornu obuku dio Centralne izborne komisije Moldavije, ali posjeduje svoje vlastite strukture. Iako bi edukacija birača trebala biti kontinuiran i dugoročan proces, koji se odvija i u izornoj i u neizornoj godini, kapaciteti institucije u ovom području su značajno ograničeni.

³ Pogledati više na: <https://www.youtube.com/@IZBORIBIH>

⁴ Prema statistikama CIK BiH iz septembra 2024. godine.

⁵ U svrhu obučavanja članova tijela nadležnih za provedbu izbora, Centralna izborna komisija BiH uspostavlja Centar za edukaciju. (Član 2.2.:

https://www.izbori.ba/Documents/documents/ZAKONI/Tehnicki_precisceni_tekst/Tehnicki_precisceni_tekst_I_Z_BiH_05_2024-bos.pdf?v=1)

4. Preporuke posmatračkih misija OSCE /ODIHR-a u vezi s edukacijom birača

Posmatračke misije OSCE /ODIHR-a su kroz niz izbornih ciklusa prepoznale napore CIK-a BiH na unapređenju informisanja i edukacije birača, ali su istovremeno kontinuisano ukazivale na potrebu za dodatnim jačanjem aktivnosti koje se odnose na edukaciju birača. Naglašena je važnost razvijanja sveobuhvatnog, dugoročnog i inkluzivnog edukacijskog programa, koji bi odgovorio na izazove u praksi i obuhvatio različite ciljne grupe.

Ključne oblasti identifikovane tokom prethodnih općih izbora (2010–2022):

- **Tajnost glasanja.** Pojave kao što su nepravilno presavijanje listića, porodično glasanje i nezakonito korištenje pomoći drugog lica pri glasanju identifikovane su tokom više izbornih ciklusa (2010, 2014, 2018). U 2022. godini dodatno je naglašena potreba za unapređenjem obuke biračkih odbora u pogledu osiguranja tajnosti glasanja, kao i za tehničkim i organizacionim mjerama radi smanjenja gužvi na biračkim mjestima.
- **Povećan broj nevažećih glasačkih listića.** Ova pojava je bila izražena tokom više izbora (2010, 2014, 2018) i ukazuje na potrebu za jasnijom i pristupačnijom edukacijom birača o načinu glasanja.
- **Registriranje birača s prebivalištem u inostranstvu, izbjeglica i interno raseljenih lica.** Tokom izbora 2010. i 2014. godine prepoznate su prepreke u ostvarivanju biračkog prava za ove kategorije, što i dalje zahtijeva pažnju u budućim izbornim ciklusima.
- **Postupci koji utiču na ostvarivanje biračkog prava.** Promjene u izbornim procedurama (npr. identifikacija birača) tokom Općih izbora 2014. godine ukazale su na potrebu za pravovremenim i jasnim informisanjem birača. U 2022. godini dodatno je istaknuto da je potrebno osigurati da svi edukativni materijali budu pristupačni i prilagođeni različitim potrebama birača.
- **Zaštita prava birača na slobodan i tajan izbor.** Posmatračke misije su tokom Općih izbora 2018. i 2022. godine ukazale na važnost stvaranja uslova u kojima birači mogu glasati bez pritiska i neprimjerenog uticaja. Preporučeno je da se edukativne aktivnosti, kao i obuka biračkih odbora, fokusiraju na poštivanje osnovnih izbornih prava.
- **Rodna ravnopravnost i političko sudjelovanje žena.** Preporuke iz 2022. godine dodatno su istakle potrebu za sistematskim naporima u borbi protiv rodni stereotipa i unapređenju sudjelovanja žena u političkom životu. Naglašena je važnost evaluacije efekata rodni kvota na izbor žena na izborne funkcije.
- **Pristupačnost za osobe s invaliditetom.** Tokom Općih izbora 2022. godine ukazano je na potrebu za dodatnim mjerama koje bi osigurale samostalno i dostojanstveno sudjelovanje glasača s invaliditetom, uključujući fizičku pristupačnost biračkih mjesta, te prilagođene informativne i edukativne materijale.

Posljedice nedovoljne edukacije i informisanosti birača mogu se očitovati kroz: povećan broj nevažećih glasačkih listića, glasanje pod uticajem drugih osoba ili nezakonito korištenje pomoći drugog lica pri glasanju, isključivanje iz izbornog procesa, smanjenu zainteresovanost za izbore, kao i narušeno povjerenje u izborne procese i institucije.

5. MISIJA I VIZIJA

5.1. Misija strategije

CIK BiH kroz sistematski, transparentan i inkluzivan pristup edukaciji birača osigurava sveobuhvatnu informisanost i razumijevanje izbornog procesa među svim građanima. Time potiče njihovu odgovorno i svjesno učešće na izborima, štiteći integritet glasanja i jačajući temelje demokratskih vrijednosti u Bosni i Hercegovini.

5.2. Vizija strategije

Stvaranje i održavanje informisanog, aktivnog i ravnopravnog biračkog tijela, koje ne samo da ima visoko povjerenje u regularnost i transparentnost izbornog procesa, već i aktivno doprinosi jačanju demokratskih institucija i društvenom razvoju Bosne i Hercegovine kroz puno i kvalitetno učešće u izborima.

6. CILJEVI STRATEGIJE

CIK BiH će u razdoblju od 2025. do 2028. godine posvećeno raditi na ostvarenju sljedećih strateških ciljeva, usmjerenih na unapređenje transparentnosti, inkluzivnosti i integriteta izbornog procesa:



7. CILJNE GRUPE

Svojim edukacijskim aktivnostima CIK BiH će obuhvatiti više ciljnih grupa koje su neposredno povezane s radom institucije. Poseban naglasak biće stavljen na mlade i birače koji po prvi put ostvaruju svoje biračko pravo. U okviru marginalizovanih kategorija, prioritet će se dati sljedećim grupama: pripadnicima nacionalnih manjina, osobama s invaliditetom, stanovnicima ruralnih područja, ženama sa aktivnim i pasivnim biračkim pravom i pripadnicima romske populacije, kao i osobama treće životne dobi. Ove grupe će biti ciljano obuhvaćene kako bi se osigurao inkluzivan pristup i ravnopravno učešće u izbornim aktivnostima. Također, edukacijske aktivnosti obuhvatati će i izbornu administraciju te političke subjekte, kao i druge važne aktere izbornog procesa. U nastavku se prikazuje pregled ciljnih grupa obuhvaćenih ovom strategijom, kao i načini njihovog uključivanja putem edukacije.

Ciljna grupa	Detaljan opis	Način dostizanja
Mladi i birači koji glasaju prvi put	- Mladi od 18 do 30 godina - Često digitalno povezani, ali ne uvijek zainteresovani ili informisani o važnosti izbora, - Mogu biti skeptični prema politici i izbornom procesu.	- Edukacija u školama i univerzitetima kroz radionice i predavanja, - Angažovanje na društvenim mrežama (Instagram) sa zanimljivim i interaktivnim sadržajima, - Učenje o glasanju kroz igru (online igrice), - Saradnja s popularnim influenserima.
Opšta populacija	- Raznolika demografska grupa koja uključuje različite starosne dobi, obrazovne i socioekonomske pozadine, - Mnogi imaju ograničeno znanje o izbornom procesu.	- Javne kampanje na nacionalnoj i lokalnoj TV i radiju, - Informativni spotovi, emisije uživo sa ekspertima, - Edukacijski podcasti, - Distribucija štampanih i digitalnih informativnih materijala.
Nacionalne manjine	- Zajednice koje su često socijalno i politički isključene, - Imaju ograničen pristup relevantnim informacijama.	- Prilagođena edukacija u saradnji s predstavnicima manjinskih zajednica, - Organizovanje radionica u lokalnim sredinama, - Uključivanje lokalnih aktivista, - Korištenje pristupačnih materijala za poboljšanje razumijevanja izbornog procesa. - Specijalizovane TV i radio emisije.
Osobe s invaliditetom	- Osobe sa fizičkim, senzornim ili kognitivnim poteškoćama,	- Priprema pristupačnih sadržaja (audio i video formati)

	- Suočavaju se sa barijerama u pristupu biračkim mjestima i informacijama.	- prilagođeni osobama s oštećenjem vida i sluha), - Angažovanje tumača znakovnog jezika.
Gradani u ruralnim sredinama	- Stanovnici udaljenih i manje razvijenih područja, - Imaju ograničen pristup informacijama, - Često zavise od lokalnih kanala komunikacije.	- Terenske kampanje i direktan kontakt, - Korištenje lokalnih radio stanica - Postavljanje info-pultova u zajednicama.
Žene sa pasivnim biračkim pravom	- Žene koje imaju zakonsko pravo biti birane, ali se suočavaju s brojnim preprekama u kandidovanju: nedostatak podrške, finansijskih resursa, političke edukacije i mreža, - Niska zastupljenost žena kao kandidatkinja i nositeljica lista, - Prisustvo rodni stereotipa i diskriminacije unutar političkih struktura.	- Edukacijski programi za potencijalne kandidatkinje (treninzi, radionice, pravna pomoć), - Saradnja s političkim strankama za promicanje rodne ravnoteže na listama, - Podrška inicijativama koje zagovaraju kvote i mjere za ravnopravnu zastupljenost.
Žene sa aktivnim biračkim pravom	- Žene koje imaju pravo glasati, ali često ne koriste to pravo zbog društvenih, ekonomskih ili kulturnih prepreka, - Moguće nepovjerenje u političke procese, - Manje su zastupljene u političkoj komunikaciji i kampanjama, - Nedostatak informacija i motivacije da učestvuju na izborima.	- Medijske kampanje koje motivišu žene da glasaju i naglašavaju važnost njihovog glasa, - Saradnja s lokalnim ženskim udruženjima za organizovanje edukativnih događaja, - Pristupačni sadržaji na društvenim mrežama koji govore o važnosti izbornog učešća žena,- - Terenske aktivnosti u zajednicama gdje je izlaznost žena niska.
Osobe treće životne dobi	- Starije osobe iz lokalne zajednice (65+ godina), uključujući penzionere, korisnike dnevnih centara, članove udruženja penzionera i aktivne osobe treće životne dobi - Ova grupa često posjeduje bogato životno iskustvo, ali im može nedostajati pristup novim formatima edukacije i kreativnog izražavanja.	- Saradnja sa lokalnim udruženjima penzionera, domovima za starija lica i dnevnim centrima - Organizovanje prilagođenih radionica - Promovisanje putem lokalnih medija, radio stanica i oglasnih ploča na prometnim mjestima (apoteke, domovi zdravlja, tržnice) - Osiguravanje pristupačnosti (fizička dostupnost prostora, dovoljno sjedećih mjesta)
Izborna administracija	- Osobe zadužene za organizaciju i provođenje izbora,	- Redovno i blagovremeno educiranje kroz obuke i radionice,

	- Potrebna im je kontinuirana edukacija i motivacija da osiguraju fer i transparentan izborni proces.	- Interni kanali komunikacije i informisanja, - Motivacioni programi
Politički subjekti	- Političke stranke, nezavisni kandidati i koalicije koje sudjeluju u izbornom procesu, - Potrebne su im jasne i pravovremene informacije o procedurama i pravilima.	- Informativne sesije, - Web i društvene mreže sa svim relevantnim informacijama, - Redovni newsletteri ili webinar o zakonodavstvu i pravilima posebno za novonastale političke subjekte i povodom izmjena Izbornog zakona BiH.

7.1. Politički subjekti, kandidati i izborna administracija

Kada je riječ o političkim subjektima, kandidatima i izornoj administracije potrebno je iskoristiti ranije naučene lekcije, kao i povratne informacije članova lokalne izborne administracije koje su podijeljene tokom postizborne konferencije održane u Sarajevu 24. i 25.04.2025. godine.⁶

Učesnici konferencije naglasili su da, osim zakonskih reformi, postoje važne aktivnosti koje se mogu provoditi odmah kako bi se unaprijedila priprema za naredne izbore. Poseban fokus stavljen je na edukaciju, i to kroz sljedeće preporuke:

- Rana i pravovremena edukacija kandidata za predsjednike biračkih odbora, uključujući njihovo testiranje i certificiranje, kako bi se osigurao kvalitetan izborni kadar.
- Dodatne edukacije za izbornu administraciju, posmatrače, birače i političke stranke s ciljem bolje informisanosti i veće profesionalnosti u izbornom procesu.
- Pravovremena priprema i distribucija edukativnih materijala kako bi svi učesnici imali potrebne informacije na vrijeme.
- Razvoj i unapređenje digitalnih aplikacija koje podržavaju procese obuke, testiranja, evaluacije i plaćanja članova biračkih odbora.
- Potrebno je i informirati institucije vlasti o njihovim izbornim obavezama, što uključuje i edukativnu komponentu.

Ove mjere usmjerene su na povećanje efikasnosti i profesionalnosti u provedbi izbora, uz jačanje povjerenja javnosti kroz bolju pripremljenost svih učesnika u izbornom procesu.

⁶ Više detalja pronaći na:

https://www.izbori.ba/Documents/2025/konferencija_01/koncept_konferencije_2025.pdf?v=2.

7.1.1. Edukacija političkih subjekata i kandidata

U svjetlu izmjena Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, koje su donesene svega 43 dana prije donošenja odluke o održavanju Lokalnih izbora 2024. godine, veliki broj političkih subjekata, uprkos naporima CIK BiH da ih pravovremeno informiše, nije raspolagao sa svim relevantnim informacijama o novim izbornim pravilima. Kao rezultat toga, zabilježen je značajan broj prekršaja: zbog kršenja odredbi o preuranjenoj kampanji sankcionisane su 52 političke stranke i kandidata, dok je za zloupotrebu djece u političke svrhe kažnjeno njih 25. U toku izbornog razdoblja CIK BiH je zaprimio ukupno 2.977 prigovora i žalbi. Pokrenuto je 47 postupaka zbog kršenja Zakona o finansiraju političkih stranaka BiH u 2024. godini i to za prekršaje iz 2021. godine za koju se je, zbog nedostatka ljudskih resursa, revizija zaključila u 2024. godini, što dodatno potvrđuje potrebu za sistemskom i kontinuiranom edukacijom političkih subjekata i kandidata.

Cilj: Povećati nivo razumjevanja izbornih pravila i procedura od strane političkih subjekata i kandidata kako bi se osigurala ravnopravnost, transparentnost i zakonitost izbornog procesa, što će u konačnici dovesti do manjeg broja prigovora i žalbi uložених u izbornom periodu, kao i manjeg broja postupaka zbog kršenja Zakona o finansiraju političkih stranaka BiH.

Ciljna grupa:

- Ovjereni politički subjekti i nezavisni kandidati,
- Lica ovlaštena za podnošenje finansijskih izvještaja,
- Lica zadužena za vođenje izborne kampanje,
- Kandidati i izabrani zvaničnici na svim nivoima vlasti

Ključne aktivnosti:

- **Izrada edukativnog materijala:**

- Priručnici i vodiči o izbornim pravilima, rokovima, zabranama i obavezama
- Infografike o procedurama kandidovanja, vođenja izborne kampanje, zatim o preuranjenoj kampanji, finansiranju kampanje, imovinskim obrascima, prigovorima i žalbama
- Sveobuhvatni i jezički prilagođen pregled sankcija za kršenje propisa.

- **Organizacija radionica i seminara:**

- Tematski seminari uživo ili online za političke subjekte u oblasti Izbornog zakona BiH i Zakona o finansiranju političkih stranaka BiH
- Simulacije i praktične vježbe popunjavanja i dostavljanja finansijskih izvještaja i imovinskih kartona

- **Interaktivna edukacija:**

- Poseban edukativni portal sa dostupnim materijalima, video lekcijama i kvizovima
- Mogućnost praćenja individualnog napretka i izdavanja sertifikata

- **Informativne kampanje:**

- Kroz društvene mreže, web stranicu CIK-a i medije
- Podsjetnici o rokovima i obavezama

7.1.2. Edukacija izborne administracije u Bosni i Hercegovini

Članom 2.2 Izbornog zakona BiH⁷ propisano je da su članovi organa za provođenje izbora obavezni stalno se obučavati tokom obavljanja mandata u skladu sa planom i programom edukacije koji donosi CIK BiH. Trenutni broj članova izbornih komisija osnovnih izbornih jedinica je 583, bez da govorimo o potpunoj popunjenosti svih izbornih komisija. Na edukacijama koje su organizovane u januaru/februaru, maju i avgustu 2024. godine prisustvovalo je u prosjeku 496 članova izbornih komisija osnovnih izbornih jedinica. Iako su obavezni prisustvovati obukama koje organizuje CIK BiH, članovi izbornih komisija osnovnih izbornih jedinica nisu sertifikovani. Nadalje, članovi izbornih komisija su zaduženi za edukaciju članova biračkih odbora, osim predsjednika i zamjenika predsjednika biračkih odbora čija je edukacija u nadležnosti CIK BiH. Na lokalnim izborima 2024. godine CIK BiH je obučavao instruktore, koji su dalje obučavali predsjednike i zamjenike predsjednika (kaskadna edukacija). Trenutno postoji evidencija svih predsjednika, zamjenika predsjednika i instruktora koji su sertifikovani za dalji rad. Edukacija izborne administracije ima ključnu ulogu u jačanju povjerenja građana u izborni proces, sprečavanju nepravilnosti i unapređenju transparentnosti i integriteta izbora. S obzirom na izmjene izbornog zakonodavstva i uvođenje novih tehnologija, potreba za stručnim i kontinuiranim usavršavanjem članova izbornih komisija i biračkih odbora nikada nije bila veća.

Cilj: Uspostaviti struktuisan i inkluzivan sistem edukacije koji će omogućiti izbornu administraciji u BiH da u potpunosti razumije svoje obaveze, pravilno provede propisane procedure i odgovori na sve izazove izbornog procesa.

Ciljna grupa

- Izborne komisije osnovnih izbornih jedinica u BiH
- Birački odbori
- Instruktori sertifikovani za obuku

⁷ Članovi organa za provođenje izbora su obavezni stalno se obučavati tokom obavljanja mandata u skladu sa planom i programom edukacije koji donosi Centralna izborna komisija BiH. (Član 2.2.): https://www.izbori.ba/Documents/documents/ZAKONI/Tehnicki_precisceni_tekst/Tehnicki_precisceni_tekst_I_Z_BiH_05_2024-bos.pdf?v=1

Ključne aktivnosti:

- **Izrada edukativnog materijala**

- Priručnici i vodiči o zakonodavnom okviru, družnostima i obavezama izbornih komisija osnovnih izbornih jedinica
- Kratke brošure o (kriznom) komuniciranju za izborne komisije osnovnih izbornih jedinica
- Video uputstva za svaki od segmenata izbornog procesa za biračke odbore, s posebnim naglaskom na pravilno brojanje.
- Ažuriranje portala za obuku izborne administracije

- **Organizacija radionica i seminara**

- Simulacije korištenja novih tehnologija za izbornu administraciju, uključujući zaposlene u Sekretarijatu CIK BiH
- Održavanje radionica uz praktične vježbe za biračke odbore
- Edukativne sesije za instruktore, online u neizbornoj godini, uživo u izbornoj

- **Online platforma za edukaciju**

- Online sadržaj za obnovu znanja za biračke odbore (refresher course)
- Online kviz za biračke odbore
- Online edukativni moduli za instruktore kao priprema za postupak certifikovanja

- **Informativne kampanje**

- Kroz društvene mreže CIK-a

8. KANALI KOMUNICIRANJA

Prilikom edukacije birača, izborne administracije i političkih subjekata, CIK BiH će koristiti više medijskih kanala za komuniciranje prema široj javnosti: tradicionalne medije, digitalne kanale, fizičke materijale i direktnu komunikaciju kako bi se uključila svaka od ranije navedenih ciljnih grupa.

8.1. Tradicionalni mediji

CIK BiH redovno komunicira s tradicionalnim medijima o svim aktivnostima koje se odvijaju unutar institucije u izbornom i neizbornom razdoblju. Intenzitet komunikacije sa medijima posebno se povećava tokom izborne godine. Najčešći oblici komunikacije su saopštenja i konferencije za medije. CIK BiH će nastaviti dobru saradnju s televizijskim i radijskim stanicama, putem kojih će distribuirati video materijale, telope i džinglove. Saradnja s printanim medijima, dnevnim novinama, također će biti nastavljena.

CIK BiH će koristiti medijski prostor za gostovanja povodom novih inicijativa i postignuća u oblasti edukacije svih relevantnih aktera i ostalih aktivnosti institucije. Intenzitet gostovanja i sudjelovanja u elektronskim medijima biće određen na osnovu raspoloživosti članova CIK BiH, kao i intenziteta rada na provođenju izbora, kako u izornoj, tako i u neizornoj godini.

U cilju što transparentnijeg odgovora prema javnosti, posebno u izornoj godini, CIK BiH će komunicirati putem saopštenja za medije u kojima će detaljno informisati javnost o svim relevantnim aktivnostima. Također, prema potrebi i važnosti tema, CIK BiH će nastaviti praksu organizovanja konferencija za medije koje će služiti kao presjek postojećih aktivnosti institucije, ali i kao otvoren prostor za pitanja medijskih djelatnika od javnog značaja.

8.2. Digitalni kanali komunikacije

CIK BiH posjeduje četiri aktivna profila na društvenim mrežama: Facebook, Instagram, Twitter i YouTube. Na Facebooku ima oko 1.500 lajkova i 2.200 pratitelja, na Instagramu 647 pratitelja, na Twitteru 847, dok na YouTube kanalu ima nešto više od 2.000 pretplatnika. Najveći broj pratitelja čine osobe starosti između 35–44 i 25–34 godine. Žene čine 52 % pratitelja, a muškarci 48 %. Više od 90 % publike dolazi iz BiH, dok ostatak čine pratitelji iz Njemačke, Austrije, Slovenije itd.⁸ Putem društvenih mreža CIK BiH redovno informiše širu javnost o svim aktivnostima, koristeći vizualne, tekstualne i video formate. Aktivnost na mrežama je posebno intenzivna tokom izbornog perioda. U razdoblju od 2025. do 2028. godine ova institucija će nastaviti koristiti ove kanale za komunikaciju, ali i modernizovati pristup informisanju, uključujući video obraćanja predsjednika ili članova institucije za ključne teme u izornoj godini. CIK BiH posjeduje tehničku opremu za povremenu realizaciju takvih video formata.

⁸ Pokazuju metrike društvenih mreža CIK BiH izvedene na dan 22.7.2025. godine.

CIK BiH će razvijati mjesečne planove objava na društvenim mrežama, koji će biti usaglašeni sa predsjednikom i članovima institucije. Planovi će osigurati konzistentnost i uniformnost u komunikaciji, u skladu sa strategijom. CIK BiH će također raditi na ujednačavanju vizualnog identiteta na društvenim mrežama, te izraditi vodič za vidljivost koji će definisati fontove, tipografiju, pozicioniranje logotipa, boje i ostale elemente brendiranja. U komunikaciji prema široj javnosti fokus će biti na vizualnim elementima, kraćim medijskim sadržajima i jednostavnijem jeziku, kako bi teme bile jasnije i pristupačnije. A sve sa ciljem povećanja broja prtitelja i većeg angažmana javnosti na društvenim mrežama. Praksa javnog prijenosa sjednica putem YouTube kanala biće nastavljena kao važan alat povećanja transparentnosti i otvorenosti institucije prema javnosti. Ključnu ulogu u komunikaciji imat će i web stranica CIK BiH, gdje će javnost biti redovno informisana putem vijesti, ali i gdje će redovno biti objavljeni svi relevantni dokumenti i odluke CIK BiH. Što se tiče web stranice, ona definitivno zahtijeva određene prilagodbe u smislu boljeg pretraživanja i lakšeg snalaženja. Institucija može u narednom periodu raditi na unapređenju web dizajna, u skladu s raspoloživim sredstvima i u saradnji s donatorima.

8.4. Fizički materijali

Kako bi se dosegle ciljne grupe koje su teže dostupne putem digitalnih ili elektronskih medija, CIK BiH će koristiti štampane materijale, u ograničenom obimu, uzimajući u obzir zaštitu okoliša. Materijali poput brošura, plakata i letaka biće distribuirani na lokalnim događajima, u školama, institucijama i javnim prostorima.

8.5. Direktna komunikacija

Direktna komunikacija predstavlja jedan od najefektivnijih načina edukacije, te će CIK BiH koristiti ovu metodu za informisanje različitih ciljnih grupa. U saradnji s donatorima, organizovat će predavanja, tribine, biti prisutan na okruglim stolovima i edukativnim sajmovima, posebno u izbornim godinama. Značajan segment ove aktivnosti biće gostovanja u obrazovnim institucijama, poput škola i fakulteta.

9. KOMUNIKACIJSKI ALATI \ FORMATI ZA EDUKACIJU

Na temelju prethodno definisanih kanala komunikacije, u nastavku se daje pregled mogućih alata\formata koji će se koristiti za komunikaciju prema široj javnosti, s ciljem provođenja edukacijskih aktivnosti.

Kanali komunikacije	Alati / Formati komunikacije
Tradicionalni mediji (TV, radio i novine)	• Press pozivi i saopštenja • Promotivni članak • Konferencije za medije • TV spotovi • Telopi i radijski džinglovi

	• Gostovanja u medijima • Intervjui u dnevnim i sedmičnim novinama • Kampanje u tradicionalnim medijima • Promotivni baneri
Digitalni kanali (Online mediji i društvene mreže)	• Objave na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Twitter/X, YouTube) • Video obraćanja članova CIK-a • Livestream sjednica • Infografike, video, fotografije, vizuali i animacije • Mjesečni planovi objava • Vodič za vidljivost • Podcasti/edukativni video razgovori sa članovima CIK BiH • Igre za animiranje mladih (Interaktivni sadržaji) • Digitalne kampanje • Influencer / mikroinfluencer partnerstva za edukaciju
Web stranica	• Vijesti i saopštenja • Dokumenti i odluke • Interaktivne podstranice za izbore • Formulari i vodiči za birače i kandidate • Arhiva edukativnih materijala (posebna podstranica) • Uptreba banera u edukacijske svrhe • Sekcija za često postavljana pitanja • Kalendar aktivnosti
Fizički materijali	• Brošure • Plakati • Letci • Informativni paneli na javnim mjestima • Edukativni paketi za škole i institucije • Info pultovi • Naljepnice i promotivni materijali • Poster kampanje u javnom prijevozu i školama
Direktna komunikacija	• Javne tribine • Predavanja i prezentacije • Učešće na okruglim stolovima i sajmovima • Edukativne posjete školama i fakultetima • Treninzi i radionice u zajednicama • Ulične akcije

10. TEME ZA EDUKACIJSKE KAMPANJE ZA BIRAČE, POLITIČKE SUBJEKTE I IZBORNU ADMINISTRACIJU

Kako bi CIK BiH osigurao kvalitetnu i sveobuhvatnu edukaciju svih aktera uključenih u izborni proces u razdoblju od 2025. do 2028. godine, definisane su ključne teme koje će se obrađivati kroz edukativne aktivnosti. Cilj ovih tematskih oblasti je unaprijediti znanje i svijest birača, političkih subjekata, izborne administracije, ali i marginalizovanih društvenih grupa, kao i osigurati efikasnu pripremu za primjenu nove izborne tehnologije.

Za birače, edukacija će se fokusirati na razumljive upute o tome kako glasati i koja su njihova prava. Posebna pažnja biće posvećena objašnjenju procedure na biračkom mjestu, validnosti glasa, te mogućnostima pružanja pomoći biračima kojima je potrebna (pomoć drugog lica i mobilni timovi). Također, birači će biti edukovani o tome ko ima pravo glasa, kako provjeriti i eventualno ažurirati svoje podatke u Centralnom biračkom spisku (CBS), te o važnosti učešća u izborima. S obzirom na česte slučajeve dezinformacija i manipulacija u izbornim procesima, teme medijske pismenosti i kritičkog razmišljanja biće sastavni dio edukacijskih aktivnosti, s ciljem podučavanja birača da mogu prepoznati i zaštititi se od takvih pojava. Aktivnosti će dodatno informisati o sankcijama za izborne nepravilnosti, uključujući kupovinu glasova i druge oblike korupcije, te će ponuditi praktične savjete o prepoznavanju i prijavljivanju izbornih nepravilnosti kroz građanski nadzor.

Politički subjekti će kroz edukacijske aktivnosti biti informisani o važećim zakonima i propisima, naročito onima koji se odnose na preuranjene kampanje (poseban fokus na izmjenama iz 2024. godine), kao i dozvoljene i zabranjene načine oglašavanja. Politički subjekti će dobiti jasne upute o postupku prijave i podnošenja kandidatskih listi, korištenju aplikacije za podnošenje prigovora i žalbi, te o finansijskom izvještavanju i transparentnosti troškova kampanje. Edukacijske aktivnosti će također promovisati kodeks ponašanja u kojem će se naglašavati važnost etike, poštivanja ravnopravnosti i izbjegavanja govora mržnje. U okviru zaštite ličnih podataka, politički subjekti će biti upoznati s odgovornostima i pravilima vezanim za obradu podataka birača, posebno prilikom prikupljanja potpisa i vođenja kampanje.

Izborna administracija će proći kroz obuke koje će im omogućiti temeljito razumijevanje svojih prava, dužnosti i etičkih standarda. Poseban fokus staviti će se na tehničku pripremu biračkih mjesta i organizaciju rada na dan izbora, uključujući rad sa glasačima, vođenje evidencije te postupanje u slučaju nepravilnosti ili incidenata. Administracija će biti edukovana o ažuriranju i radu s biračkim spiskom, s posebnim naglaskom na zaštitu ličnih podataka. Svi članovi izborne administracije biće upoznati sa zakonskim izmjenama, pravilima o preuranjenoj kampanji i novim propisima.

Poseban segment edukacije biće posvećen marginalizovanim grupama. Cilj je osigurati da žene, Romi, osobe s invaliditetom, mladi, osobe treće životne dobi i stanovnici ruralnih područja imaju pristup svim informacijama i uslugama potrebnim za njihovo ravnopravno sudjelovanje u izborima. To uključuje prilagođavanje komunikacije i procedura njihovim

specifičnim potrebama, uklanjanje prepreka i stvaranje okruženja koje ih potiče na aktivno građansko učestvovanje koliko to ljudski i finansijski kapaciteti CIK BiH dozvoljavaju.

U svjetlu tehnološkog napretka, edukacija će obuhvatiti i uvođenje nove izborne tehnologije, poput optičkih skenera za glasanje i brojanje glasova i biometrijske identifikacije birača. Kampanje će detaljno objasniti način rada ovih tehnologija, sigurnosne protokole i prednosti u odnosu na tradicionalne metode. Također će biti pružene jasne informacije o pravima birača u procesu biometrijske identifikacije, kao i o mogućim alternativama u slučaju poteškoća. Izborna administracija će proći specijalizovanu obuku za rad s novom opremom, uključujući i postupke u slučaju tehničkih problema. Poseban naglasak staviti će se na transparentnost i sigurnost procesa, kao i na zaštitu privatnosti podataka. Ovo će biti posebno važna stavka za 2026. godinu.

Sve ove teme biće prilagođene specifičnostima svake ciljane grupe i predstavljene kroz pristupačne i interaktivne formate edukacije, s ciljem povećanja povjerenja u izborni proces i podizanja kvalitete demokratskog sudjelovanja.

U nastavku dokumenta slijede akcioni planovi za izborne 2026. i 2028. godine, kao i neizborne 2025. i 2027. godine.

11. AKCIONI PLAN ZA IZBORNE GODINE 2026. i 2028.

U cilju kvalitetnijeg informiranja i edukacije birača, izborne administracije i političkih subjekata, razvijen je Akcioni plan za izborne godine 2026. i 2028. Plan obuhvata obavezne aktivnosti koje provodi CIK BiH, kao i dodatne edukativne mjere koje se mogu realizovati radi unapređenja znanja i razumijevanja izbornog procesa u BiH.

S obzirom na to da su izborne godine posebno dinamične i zahtjevne, izrađen je zaseban plan koji uključuje aktivnosti slične po strukturi, ali prilagodljive trenutnim prioritetima. U nastavku su prikazane i predložene aktivnosti koje nisu sveobavezne za realizaciju, već predstavljaju opcije koje CIK BiH može odabrati u skladu sa raspoloživim ljudskim i finansijskim kapacitetima. Na taj način omogućava se fleksibilan i ciljan pristup provođenju edukativnih aktivnosti u skladu sa strateškim ciljevima.

11.1. Tabelarni prikaz akcionog plana za izborne godine 2026 i 2028:

RB	Aktivnost Tema	Period	Ciljne grupe	Cilj	Komunikacija / Edukativni sadržaj	Kanali	Format / Količina
1	Otvaranje korisničkih naloga	Maj	politički subjekti	Pravovremeno otvaranje naloga.	Carousel vodič	FB, IG	5 slajdova
2	Prijava za ovjeru političkih subjekata	Maj	politički subjekti	Pravovremene prijave; Smanjenje broj ispravki i nepravilnosti; Potpisi podrške.	3 vizuala objavljena u tri dana Saopštenje za medije (kada počinje)	FB, IG Web	3 vizuala 1 saopštenje
3	Ažuriranje CBS-a	Maj-Juli	Dijaspورا	Promjena u evidencijama raseljenih lica	Objava na društvenim mrežama.	FB, IG, Twitter\X	1 vizual
4	Ovjera političkih subjekata	Juni	politički subjekti	Transparentnost.	Infografika – koliko je prijavljeno, ovjereno, poslano na ispravku itd. Saopštenje za medije (o finalnom broju ovjernih političkih subjekata)	FB, IG, Twitter\X. Web	1 infografika 1 saopštenje
5	Prijava koalicija i	Juni	politički subjekti	Pravovremene prijave; Smanjenje broj ispravki i nepravilnosti; Potpisi podrške.	1 min video (više za nezavisne kandidate).	FB, IG	1 video

	nezavisnih kandidata			Smanjenje broj ispravki i nepravilnosti.	Saopštenje za medije (kada počinje)	Web	1 saopštenje
6	Ovjera koalicija i nezavisnih kandidata	Juni	politički subjekti	Transparentnost.	Infografika - koliko je prijavljeno, ovjereno, poslano na ispravku itd.	FB, IG, Twitter\X	1 infografika
7	Podnošenje kandidatskih lista	Juni-Juli	politički subjekti	Podsjetnik na rokove, pravila, rodna zastupljenost.	Saopštenje za medije. Fact Sheet\Check List objavljeno na webu, linkovano na društvenim mrežama	Web FB, IG, Web	1 saopštenje 1 Fact Sheet\Check List
8	Kako glasati? Procedura.	Juni-Septembar	Mladi – prvi put birači, opšta populacija	Povećanje informisanosti.	Video tutorijal + objave Dodatni prijedlog: Izrada animiranog, interaktivnog kviza ili igrice	IG, You Tube + Web + TV i Radio stanice + novine + letci	1 video + 4 objave minimalno <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>
9	Privremeni CBS	Juni-Jul	opšta populacija + dijaspora	Provjera, tačnost i blagovremenost, kao i opšti integritet CBS-a.	Mini kampanja od 3-4 posta gdje i kako provjeriti podatke u CBS-u i kako zatražiti ispravku, brisanja ili dopunu podataka. Dijaspore - kako može izabrati preferirajuću metodu glasanja.	FB\IG TV Web	3\4 vizuala 1 video 1 saopštenje
10	Glasanje izvan BiH - Glasanje putem pošte ili u DKP-u.	Juli-Septembar	Dijaspore	Uputstvo za glasanje izvan BiH.	Video materijal	IG, You Tube + Web + TV i Radio stanice	1 video <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>
11	Žrijeb za redoslijed na listiću	Jul	Politički subjekti\Opšta populacija.	Informisanost i transparentnost.	FB Live stream Saopštenje za medije	FB Live Web	1 Live stream 1 Saopštenje

12	Motivisanje ranjivih kategorija za uključivanje u izborni proces.	Juli- Septembar	Romi, osobe sa invaliditetom, žene, mladi	Informisanost i ravnopravnost.	Video + carousel + postovi	FB, IG, Web + TV i Radio stanice	1 inkluzivan motivacioni video + postovi, najmanje 2-3 <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>
13	Promovisanje aplikacije za podnošenje prigovora	Juli- Septembar	Svi izborni akteri	Edukacija o upotrebi aplikacije.	Carousel vodič	FB, IG,	5 vizuala - slajdovi, 5 dana
14	Zaključenje CBS-a	Avgust- Septembar	opšta populacija	Objava konačnog broja birača.	Kampanja: Gdje glasate? Provjerite na vrijeme! Kampanja da se odvija tokom avgusta i septembra Saopštenje za medije	FB, IG, Twitter\X Web	1 Infografika 3 vizuala 1 inhouse video 1 saopštenje
15	Broj birača po izbornim jedinicama	Avgust	opšta populacija	Transparentnost.	Vijest	Web	1 vijest
16	Konačna ovjera kandidatskih listi i objava	Avgust	politički subjekti	Informisanje javnosti o zvaničnim kandidatskim listama političkih subjekata.	Infografika Saopštenje za medije	FB, IG, Twitter\X	1 infografika 1 Saopštenje
17	Imenovanje predsjednika i zamjenika biračkih odbora	Avgust	Opšta populacija.	Najava, oglasi, promocija s ciljem većeg broja prijavljenih .	Promotivna plaćena kampanja na društvenim mrežama i neplaćena u tradicionalnim medijima Saopštenja za medije	FB\IG + Web	7 vizuala sa linkom na web oglase 1-3 saopštenja
18	Sankcije za izborne prevare	Avgust\ Septembar	opšta populacija	Educirati javnost o mogućim sankcijama i podizati svijest o individualnoj odgovornost u izbornom procesu.	Infografika ili video (koristiti one koje je OSCE izradio)	FB, IG, Web	1 infografika\video <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>

19	Prijava za akreditiranje posmatrača političkih subjekata i udruženja građana	Septembar	Posmatrači političkih subjekata; i udruženja građana.	Da se prijave izvrše na vrijeme i prema uputstvu CIK-a.	Objava na društvenim mrežama Saopštenje za medije.	IG, FB Web	2 vizuala 1 saopštenje
20	Prijava međunarodnih posmatrača	Septembar	opšta populacija	Transparentnost.	Objava na društvenim mrežama.	FB, IG, Twitter\X.	1 vizual na engleskom jeziku.
21	Prepoznavanje dezinformacija ili lažnih informacija u vezi izbora	Septembar - Oktobar	mladi, opšta populacija	Digitalna pismenost.	Tokom 2026. godine i 2027. godine provesti najmanje dvije kampanje o fake news i dezinformacijama sa partnerima Raskrinkavanje.ba i mediacentar.ba. Kampanje će trajati namanje 10 dana.	FB, IG, Web – YouTube	Namjanje 2 video materijala Najmanje 15 vizualnih sadržaja
22	Kako prepoznati i prijaviti izborne nepravilnosti	Septembar	Birači	Porodično glasanje, kupovina glasova, nezakonito korištenje pomoći drugog lica.	Video	FB, IG, YouTube, Twitter\X	1 video <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>
23	Pravila i zabrane preuranjene kampanje + dozvoljeni i zabranjeni oblici oglašavanja	Septembar	politički subjekti	Edukacija o izmjenama Izbornog zakona BiH iz 2024. Godine.	Video + objave	FB, IG, YouTube Web	1 podcast sa članom CIK BiH. 3 objave raspoređene na 3 dana

24	Kodeks ponašanja političkih subjekata	Septembar	politički subjekti	Etika u kampanji.	Vizual + postovi I ostvarena saradnja sa International IDEA-om, koja je razvila Kodeks ponašanja u digitalnim kampanjama. Potencijalne teme: jezik mržnje, zloupotreba djeca u političke svrhe, stereotipne i diskriminirajuće izjave.	FB, IG, YouTube, Twitter\X. Web	1 Podcast sa članom CIK BiH.
25	Pristupačnost za osobe s invaliditetom	Septembar	osobe s invaliditetom	Jednaki uslovi. Informirane o procesu pomoći drugog lica.	Iskoristiti postojeći video materijal o glasanju osoba sa invaliditetom ili napraviti novi.	FB i IG	1 video.
26	Glasanje u ruralnim sredinama	Septembar	Birači iz ruralnih područja	Pristup informacijama, edukacija o procesu glasanja, motivisanje i ukazivanje na postojeće izborne prevare.	Motivacioni video	Lokalni TV	1 video
27	Nova tehnologija - Biometrijska identifikacija birača i optički skeneri	Septembar	Svi	Edukacija o novoj izbornoj tehnologiji i načinu korištenja. Vizuali raspoređeni i objavljeni tokom septembra.	Video tutorijali + demo	FB, IG, Web, YT	2 videa 7 vizuala <i>Napomena: koristiti postojeće ako su primjenjivi</i>
28	Objava preliminarne nezvaničnih, nekompletnih rezultata + Aktivnosti za izborni dan.	Oktobar	Svi učesnici izbornog procesa.	Transparentnost i informisanost o izbornim rezultatima.	Konferencija za medije Vizuali na društvenim mrežama o presjeku stanja sa birčakih mjesta Saopštenja za javnost FB Live stream u ponoć	FB, IG, Twitter\X. Web	3-4 konferencije Najmanje 5-6 vizuala 4 saopštenja za medije 1 Live stream 3-4 video izjave

					Kratke izjave članova CIK-a: Kako je protekao izborni dan.		
29	Potvrđivanje rezultata	Oktobar\ Novembar	Svi učesnici izbornog procesa.	Transparentnost i informisanost o izbornim rezultatima.	Objave na društvenim mrežama	IG, FB, Twitter\X	3 vizuala
30	Posredni izbori	Novembar	Politički subjekti	Edukacija opšte populacije o načinu provedbe posrednih izbora za Opće izbore 2026. godine. Tokom 2028. godine koristiti postojeće materijale OSCE Misije u BiH za posredne Lokalne izbore 2028.	Saopštenje za medije Video materijali (PS BiH - Dom naroda, PS FBiH – Dom naroda, Vijeće naroda BiH RS i predsjednik i potpredsjednik FBiH.	Web You Tube, Web + IG, FB	1 Saopštenje 4 video materijala u trajanju od 3 minute
31	Dostava imovinskih obrazaca	Kraj i početak mandata (Novembar)	Izabrani zvaničnici	Pravovremena dostava izjava o imovinskom stanju.	Objava na društvenim mrežama	FB i IG.	1 vizual
32	Dostava finansijskih izvještaja	U toku izborne godine.	Politički subjekti.	Pravovremeno dostavljanje izvještaja.	Saopštenje za javnost Objave na društvenim mrežama	Web FB i IG	1 Saopštenje 3 vizuala
					Saopštenja za javnost	Web	3 saopštenja
CIK BiH će, u skladu s novonastalim okolnostima, kontinuirano pratiti situaciju i pravovremeno informirati javnost o svim relevantnim informacijama koje nisu obuhvaćene ovim planom, a koje se zbog svoje nepredvidivosti ne mogu unaprijed uključiti.							

11.2. Prijedlog aktivnosti za izborne godine koje se mogu provoditi na terenu u saradnji sa partnerima

RB	Aktivnost	Period	Ciljne grupe	Cilj	Saradnja	Mjesto
1	Edukativna radionica u CIK BiH	Februar	Politički subjekti	Organizovati edukativnu radionicu za nove političke subjekte kojima će se detaljno objasniti sve njihove obaveze kada su u pitanju izborna pravila.	- CIK BiH i OCD	Centar za edukaciju – CIK BiH, Sarajevo.
2	Mjesec izborne edukacije	1 mjesec u izornoj godini (Februar - Svjetski dan izbora)	Opšta populacija	Dijeljenje edukativnih materijala u ustanovama (domovi zdravlja, pošte i druge prometne institucije)	- Državne institucije	Mjesta s većim brojem stanovnika.

3	Školski čas o izborima	Juni	Mladi koji prvi put glasaju	Jednostavne radionice u srednjim školama ili na fakultetima s ciljem prenošenja znanja o izbornom sistemu BiH, te načinu glasanja.	- Srednje škole - Fakulteti - OCD	Mix lokacija (obuhvataju urbana i ruralna područja)
4	Simulacije novih izbornih tehnologija	Avgust-Septembar	Opšta populacija	Edukacija opšte populacije o upotrebi novih izbornih tehnologija.	- Razvojni partneri (OSCE i drugi) - OIK/GIK	Mix lokacija (obuhvataju urbana i ruralna područja, etničku raznolikost, različiti starosnu strukturu)
5	Edukacija „od vrata do vrata“	Avgust	Nacionalne manjine – Romi	Obuka lokalnih romskih aktivista za direktan kontakt i dijeljenje informacija u lokalnoj zajednici, koji će se potom angažovati u predizbornom periodu i raditi na podizanju svijesti o važnosti glasanja romske populacije.	- OCD i lokalne vlasti	Bijeljina, Stolac, Mostar, Tuzla, Visoko, Kakanj, Brčko Distrikt, Gradiška
6	Pristupačan izbor	Avgust	Osobe sa invaliditetom	Edukativna radionica sa ciljem pružanja informacija u lokalnim zajednicama o pravu na pomoć drugog lica i kako ga ostvariti, kao i upotrebi novih izbornih tehnologija.	- OCD i lokalne vlasti	Sarajevo, Zenica, Mostar, Banjaluka, Bijeljina, Dobo
7	„Glas žene vrijedi“ radionice	Septembar	Žene iz ruralnih područja	Organizovanje radionica sa ženama iz ruralnih područja uz angažman lokalnih ženskih liderki, koje će moći prenijeti znanja o izbornom procesu i važnosti učešća žena.	- OCD i lokalne vlasti	Mala ruralna područja.
8	Pitaj - saznaj - glasaj	Septembar	Opšta populacija	Postavljanje info pultova s ciljem komunikacije s građanima na ulicama i odgovaranja na sva pitanja i nedoumice u vezi izbora.	- OCD	Mostar, Sarajevo, Banjaluka, Zenica, Tuzla

12. AKCIONI PLAN ZA NEIZBORNE GODINE 2025-2027.

Iako se u razdoblju između izbornih ciklusa javna pažnja prema izbornim temama smanjuje, neizborne godine predstavljaju ključnu priliku za kontinuirano i sistematsko jačanje izborne kulture, povjerenja u izborni proces i informisanosti građana. U tom kontekstu, razvijen je Akcioni plan za neizborne godine 2025. i 2027, s ciljem nastavka edukacije birača, unapređenja kapaciteta izborne administracije i pravovremenog informisanja političkih subjekata i šire javnosti.

12.1. Tabelarni prikaz akcionog plana za neizborne godine 2025. i 2027.

RB	Aktivnost	Tema	Period	Ciljna grupa	Format	Kanal
1	Infografika - Šta su nove izborne tehnologije?	Uvod u nove izborne tehnologije (jednostavno objašnjenje).	Septembar 2025.	Opšta populacija	1 infografika	FB, Web
2	Kratki video (1 min) - Kako će izgledati glasanje u budućnosti?	Demonstracija nove tehnologije.	Oktobar 2025.	Mladi, šira javnost	Animirani ili realni video	Web, IG, YouTube
3	Pitanja i odgovori Story - Da li je moje glasanje sigurno?	Odgovori na najčešće strahove.	Oktobar 2025.	Mladi, prvi birači	IG stories (serija pitanja i odgovora)	IG
4	Mini-pilot radionica u zajednicama - Probaj kako izgledaju biometrijska identifikacija i skeneri	Praktični prikaz na terenu.	Novembar 2025.	Opšta populacija, marginalizovane grupe	Prezentacija uživo u najmanje 3 lokalne zajednice.	Lokalno
5	Vizualna serija – Tačno ili netačno? Nove tehnologije.	Rješavanje nedoumica u vezi s novim tehnologijama.	Novembar - Decembar 2025.	Opšta populacija	3 jednostavna vizuala	FB, IG
6	Letak za građane manjinskih zajednica i ruralnih područja	Objašnjenje novih tehnologija jednostavnim jezikom	Decembar 2025.	Nacionalne manjine, Romi	Štampani A5 letak	Terenska distribucija
7	Infografika serijal - Kako funkcioniraju izbori u BiH?	Pojašnjenje nivoa vlasti, nadležnosti CIK-a, izborne jedinice itd.	Januar – April 2027.	Opšta populacija	1 infografika mjesečno (4 ukupno)	FB, IG
8	Mini kampanja	Razbijanje dezinformacija o izborima (npr. “glas ne vrijedi”, “izbori su već odlučeni”)	Maj – Juni 2027.	Mladi, ruralna populacija	3 vizuala + 1 animirani story + video za Loklni TV	IG
9	Pitanja i odgovori objava: Šta ako ne mogu glasati na svom biračkom mjestu?	Informacije o mogućnostima promjene biračkog mjesta, posebni uslovi	Juli 2027.	Opšta populacija	Objava + komentar odgovori	FB, Web
10	Carousel - Šta su nove izborne tehnologije i kako ih koristiti?	Podsjetnik na digitalnu identifikaciju i skener	Septembar 2027.	Opšta populacija	Carousel	IG, FB
11	Audio mini-serijal - Biračko pravo - jednostavno rečeno.	Jednostavno objašnjenje osnovnih pojmova	Oktobar 2027.	Ruralne sredine, stariji građani, mladi, marginalizovane grupe	3 audio klipa (3–5 min) (Audio podcasti)	FB, IG, Web

6	Zanimljivi sadržaji za mlade: “Izbori kroz kviz”	Pitanja o osnovnim pojmovima, biračkom pravu itd.	Novembar 2027.	Mladi (15–25)	Online kviz (Story format ili IG postovi)	IG
7	Objava mjeseca: “Jeste li znali?”	Zabavne činjenice o izborima, tehnologiji, CIK-u	Svaki mjesec (1x)	Šira javnost	Kratki tekst + vizual	IG, FB

12.2. Prijedlog aktivnosti za neizborne godine koje se mogu provoditi na terenu u saradnji sa partnerima

RB	Aktivnost	Opis	Lokacija / Format	Ciljna grupa	Napomena
1	Mini info-sesije - Kako će izgledati glasanje uz nove tehnologije?	Edukativna prezentacija uz simulaciju ili video prikaz elektronske identifikacije i skeniranja glasačkog listića.	Lokalne zajednice (npr. domovi kulture, škole) - najmanje 3 lokacije	Opšta populacija, stariji birači	Može se organizovati uz partnere (NVO, opštine)
2	Info dan za mlade u srednjoj školi ili na univerzitetu	Kratka interaktivna prezentacija o glasanju + vizualni prikaz tehnologije.	Srednje škole - fakulteti (1-2 lokacije)	Mladi (17–25)	U partnerstvu sa školama i profesorima
4	Info-pult na prometnim mjestima (tržni centri, trgovi itd).	Štand s materijalima, video prikaz i osobom za pojašnjenja.	3 događaj 2 entiteta + distrikt	Šira javnost	Po mogućnosti u partnerstvu s opštinom ili lokalnim centrom
1	Radionica o izborima, dezinformacijama i lažnim vijestima	Interaktivna sesija o dezinformacijama (primjeri i rasprava).	3 lokalne zajednice (različiti entiteti)	Mladi, žene, lokalni aktivisti	Partnerstvo s lokalnim NVO - Media.ba
2	Edukativni kutak: Kako funkcionišu izbori?	Postavljanje info-tabli / panoa u opštinskim prostorijama s osnovama izbornog sistema.	5 opština koje izraze spremnost	Opšta populacija	
3	Info-sesija: Uvod u izborne tehnologije (osvježenje)	Ponovljeni prikaz tehnologija s naglaskom na transparentnost i sigurnost.	Po potrebi, 2–3 lokacije (npr. u ruralnim zonama)	Stariji birači, žene	Samo gdje postoji interes lokalne zajednice
4	Prezentacija + diskusija sa studentima: Zašto tvoj glas ima težinu?	Kratka sesija + kviz + diskusija.	Fakulteti u Sarajevu, Banjoj Luci ili Mostaru	Mladi (18-25)	U partnerstvu s univerzitetima
5	Okrugli sto sa predstavnicima marginalizovanih grupa	Otvoreni razgovor o preprekama u pristupu informacijama, potrebama i prilagođenim materijalima.	Sarajevo, Tuzla ili Bijeljina	Predstavnici romske populacije, osobe s invaliditetom, žene, osobe treće životne dobi...	
6	Simulacije glasanja sa ženama i marginalizovanim skupinama	Edukativni događaji s ciljem poboljšanja znanja o procesu glasanja i upotrebe novih izbornih tehnologija.	Doboj, Brčko, Sarajevo	Predstavnici marginalizovanih skupina: žene, Romi\kinje, osobe treće životne dobi itd	Doboj, Brčko, Sarajevo

12.3. Prijedlog aktivnosti za CIK BiH operativni plan za uvođenje novih izbornih tehnologija

CIK BiH je na 38. sjednici, održanoj dana 30.07.2025. godine, usvojio Okvirni operativni plan za uvođenje specifičnih izbornih tehnologija u izborni proces Bosne i Hercegovine. U skladu s navedenim planom, a s ciljem osiguranja transparentnosti, povjerenja javnosti i efikasne primjene novih tehnologija, u nastavku je predložen i Komunikacijsko-edukativni plan koji prati sve faze implementacije, od objave međunarodnog tendera, preko razvoja i testiranja tehnologije, do edukacije birača i ključnih aktera izbornog procesa.

Faza\Stavka	Cilj komunikacije	Društvene mreže	Mediji	Edukacija birača
Objava međunarodnog tendera (09/2025)	Informisati o transparentnom procesu javne nabavke	- Napraviti vizual dvojezično (ENG i BHS) - FB, IG, Web i Twitter\X	- Saopštenje za medije	- 1 vizual o javnoj nabavci nove izborne tehnologije + objasniti kako funkcionišu javne nabavke u izbornom procesu
Razvoj softvera i proizvodnja hardvera (02–05/2026)	Prikazati kako nastaje izborna tehnologija (Tražiti snimke od izabranog dobavljača)	- IG i FB video - Story: Kako nastaje oprema?	Poslati medijima video snimak.	- Saopštenja za medije o tome ko razvija softver za izbore + o sigurnosti i procedurama razvoja.
Isporučka opreme u skladište CIK BiH (05/2026)	Podići povjerenje u fizičku spremnost opreme	- Video dolaska opreme - IG reels: Otpakivanje, sigurnosne procedure	- Saopštenje za javnost: CIK primio opremu - Konferencija za medije	- Vizual: objasniti gdje se čuva oprema i kako se vrši skladištenje.
Testiranje opreme i softvera (06–09/2026)	Pokazati da je sistem testiran i spreman	- Serija objava: Kako testiramo opremu? – foto iz skladišta. - IG i FB	- Poziv medijima da svjedoče testiranju opreme i zabilježe proces.	- Prikazivanje video snimka kako se testira oprema. Snimak može biti inhouse – ne mora biti profesionalni video.
Edukacija birača (05–10/2026)	Naučiti birače kako koristiti novu tehnologiju	- Video tutorijali: Kako glasati? - Story ankete, reels - Kampanja: #MojGlas2026	- TV i radio spotovi - Edukativne emisije - Lokalni mediji za ruralna područja	- Terenske radionice - Prezentacije u školama, opštinama - Letci i uputstva na biračkim mjestima
Edukacija žena (aktivno i pasivno pravo)	Osnažiti žene kao glasačice i kandidatkinje	- Facebook kampanja: #ŽeneBiraju (zašto je važno da žene izlaze na izbore)	- Gostovanja na TV i lokalnim stanicama ili podcast: Uloga žena u izbornom procesu	- Radionice sa ženskim udruženjima - Obuke o kandidaturi i kvotama
Edukacija mladih i novih birača	Povećati izlaznost i razumijevanje procesa	- Edukativni reels: Tvoj prvi glas	Saradnja sa omladinskim TV emisijama (Omladinski program BHRT).	- Radionice u srednjim školama i fakultetima - Promotivni materijali za birače koji glasaju prvi put
Demonstracija uređaja javnosti (06–09/2026)	Prikazati kako izgleda proces glasanja pomoću novih uređaja	- Instagram story: Pogledaj kako izgleda glasanje sa novim tehnologijama	Poslati pripremljene video materijale TV stanicama.	- Otvoreni dani za javnost - Demonstracije u opštinskim prostorima i tržnim centrima
Izborni dan (03/10/2026)	Osigurati da birači dođu informisani i spremni	- Podsjetnik: Provjeri svoje biračko mjesto - Story vodič: Koraci na dan izbora	- Najave u jutarnjim i večernjim programima - TV spot: Pravilno glasaj	Vizuali na društvenim mrežama o pravilnom načinu glasanja.
Evaluacija i povratne informacije (11–12/2026)	Prikupiti mišljenja i prijedloge građana i partnera	- Online anketa na Facebook stranici CIK BiH	Saopštenja za medije.	- Fokus grupe sa biračima i OCD; Analiza pristupačnosti i kvalitete edukacije

13. MONITORING I EVALUACIJA

Radi osiguranja efikasne provedbe i postizanja planiranih rezultata u razdoblju od 2025. do 2028. godine, izrađena je matrica logičkog okvira koja definiše opšte i specifične ciljeve strategije, pokazatelje uspješnosti, kao i način mjerenja rezultata.

13.1. Matrica logičkog okvira 2025-2028

Ciljevi	Indikatori uspjeha	Način mjerenja rezultata
Opšti cilj	Povećano povjerenje građana u izborni proces i CIK BiH kao instituciju	- Istraživanja javnog mnijenja - Medijsko praćenje i analiza komentara. - Broj pritužbi na izbore (trend smanjenja). - CIK BiH ankete
Specifični cilj: 1 Povećana informisanost i edukacija birača	- Najmanje 30% informisanih\educiranih birača od ukupnog broja birača do kraja 2026 (1.000.000) - Minimalno 40% od ukupnog broja birača do 2028 (1.400.000) - 100+ edukativnih sadržaja (video, infografika, vizuali) do kraja 2028. godine - Doseg veći od 1M osoba	- Google/Meta analitika - Web statistike - Medijske statistike - Press Clipping
Specifični cilj 2: Transparentnost rada i aktivnosti CIK-a BiH je poboljšana s ciljem jačanja povjerenja građana	- Minimalno 10 aktivnosti javne komunikacije godišnje (dani otvorenih vrata, live streamovi, sesije. Sveukupno 40 do kraja 2028. godine) - Minimalno 3 podcasta ili intervjua godišnje.	- Video zapisi i medijska pokrivenost - Povratne informacije građana (ankete)
Specifični cilj 3: Uticaj dezinformacija je smanjen	- Najmanje 2 kampanje sa partnerima do kraja 2027. godine. - 20+ edukativnih sadržaja (video, infografika, vizuali) - Doseg veći od 200.000 osoba	- Google/Meta analitika - Medijski monitoring (press clipping) - Finalni izvještaji kampanja - U slučaju događaja uživo: lista učesnika i fotografije događaja. - Prijedlog partnera: Raskrinkavanje.ba, Mediacentar.ba
Specifični cilj 4: Inkluzivan pristup informacijama je osiguran	- Materijali na 3 jezika, 2 pisma - Videi na znakovnom jeziku + Print materijali na Brajevom pismu - Minimalno 10 lokalnih zajednica obuhvaćeno do 2028.	- Distribucija materijala (lista po opštinama) - NVO izvještaji - Terenske evaluacije - Liste učesnika, fotografije
Specifični cilj 5: Angažman mladih birača je povećan	- Najmanje 30% mladih od ukupnog broja mladih birača informisano do 2028 (180.000+) - 20+ škola i fakulteta uključenih u edukacije - 5+ online alata (kvizovi, IG sadržaji) - Najmanje 2 online kampanje	- Školske ankete - Partnerstvo sa profesorima i školama - Broj pregleda edukativnih sadržaja - Google/Meta analitika

13.2. Izvještavanje

CIK BiH će redovno pratiti aktivnosti i pripremati izvještaje o njihovoj provedbi. Tokom izbornih godina izvještaji će se izrađivati na tromjesečnom nivou, dok će u neizbornim godinama biti sastavljeni svakih šest mjeseci. Izvještaji će obuhvatiti provedene aktivnosti na terenu, statistike pregleda i angažmana na društvenim mrežama i Internet stranici, podatke o medijskom doseg, evidenciju distribucije edukativnih materijala, kao i rezime povratnih informacija građana, uključujući komentare, upite i reakcije. Osim toga, CIK BiH će izrađivati i godišnje izvještaje koji će objediniti tromjesečne i polugodišnje izvještaje, te sadržavati evaluaciju uspješnosti u odnosu na postavljene ciljeve, preporuke i izazove, usporedbe s prethodnim godinama, kao i analitičke podatke iz anketa provedenih od strane CIK-a ili partnerskih institucija/organizacija.

13.3. Naučene lekcije

Naučene lekcije predstavljaju ključni mehanizam za stalno poboljšanje strategije i njenih aktivnosti. Kroz prikupljanje, analizu i interpretaciju povratnih informacija iz redovnih izvještaja, CIK BiH će dobijati uvid u to šta funkcioniše dobro, a šta treba promijeniti. Ova komponenta omogućava identifikaciju problema, prepreka ili neučinkovitih pristupa tokom implementacije aktivnosti. Na osnovu tih saznanja, mogu se pravovremeno prilagoditi edukativni sadržaji, metode komunikacije i pristupi prema ciljanim grupama, čime se povećava efikasnost i uticaj strategije. Takođe, kroz proces učenja, CIK BiH može sistematski dokumentovati naučene lekcije koje služe kao vodič za buduće projekte i aktivnosti, čime se smanjuju rizici i troškovi, a istovremeno jača kapacitet za donošenje kvalitetnijih odluka.

14. PREGLED BUDŽETA

U nastavku je prikazan konsolidirani pregled budžeta za aktivnosti edukacije predviđene u razdoblju od 2025. do 2028. godine. Budžet je okviran, a cijene pojedinih stavki mogu varirati ovisno o ponuđačima. Cilj je pružiti jasnu sliku potrebnih finansijskih sredstava za uspješnu implementaciju aktivnosti. Ovaj budžet obuhvata interne kapacitete, poput dizajnera i službenice za komunikacije, kao i dodatne angažmane, posebno u izbornim godinama, kada opterećenje na cijelu izbornu administraciju znatno raste.

Aktivnosti	2025	2026	2027	2028	UKUPNO (KM)
Dizajn infografika, karusela, vizuala	1.000	3.000	2.000	3.000	9.000
Produkcija videa (realni, animirani, tutorijali, izjave)	2.000	40.000	2.500	40.000	84.500
Story, audio, podcast, kviz sadržaji	1.000	3.000	1.000	3.000	8.000
Terenske aktivnosti (radionice, škole, info dani, pultovi)	5.000	20.000	5.000	20.000	50.000
Štampani materijali (letci, plakati, panoi)	1.000	2.500	1.000	2.500	7.000
Komunikacijska podrška (freelance, agencije, eksterni stručnjaci)	2.000	30.000	5.000	30.000	67.000
Plaćeno oglašavanje (društvene mreže i lokalni mediji)	500	6.000	1.000	3.000	10.500
Okrugli stolovi, partnerstva s OCD-ima, edukativni događaji	3.000	5.000	3.000	5.000	16.000
UKUPNO					252.000 KM

15. PREPORUKE

U cilju unapređenja sveukupnog izbornog procesa u Bosni i Hercegovini i jačanja povjerenja građana u demokratske institucije, edukacija birača predstavlja ključni segment djelovanja CIK BiH. Uzimajući u obzir višegodišnje preporuke Ureda za demokratske institucije i ljudska prava pri OSCE-u (OSCE/ODIHR), kao i iskustva iz prethodnih izbornih ciklusa, izrađene su sljedeće preporuke s ciljem osiguranja sistematskog, inkluzivnog i održivog pristupa edukaciji birača.

Preporuke su usmjerene na jačanje institucionalnih kapaciteta, unapređenje dostupnosti i kvalitete informacija, te osiguravanje aktivnog sudjelovanja svih kategorija birača, s posebnim naglaskom na ranjive i manje zastupljene grupe građana. Kroz provedbu ovih preporuka, Centralna izborna komisija BiH i njeni partneri mogu doprinijeti izgradnji informisanog biračkog tijela i osnaživanju demokratske kulture u zemlji.

1. Uspostava sistemskog i kontinuiranog programa edukacije

Potrebno je dodatno osnažiti Centar za edukaciju CIK BiH kako bi njegove edukativne aktivnosti obuhvatale ne samo izbornu administraciju, nego i sve učesnike izbornog procesa. Proces izgradnje kapaciteta Centra uključuje dodatno zapošljavanje i institucionalizaciju Centra, kako bi mogao obavljati funkcije obuke i edukacije. S obzirom da CIK BiH, u saradnji s međunarodnim partnerima, već provodi neke aktivnosti na poboljšanju rada Centra za edukaciju, poželjno bi bilo razmotriti ovu preporuku u tom procesu.

2. Usvajanje nove sistematizacije radnih mjesta u Sekretarijatu CIK BiH

Usvajanjem nove sistematizacije radnih mjesta u Sekretarijatu CIK BiH postepeno bi se povećavao broj osoblja koje trenutno nedostaje, a koje je od ključne važnosti za pravovremenu i efikasnu realizaciju ove Strategije. Ovdje je posebno riječ o osobama koje bi bile zadužene za društvene mreže, monitoring, evaluaciju, izradu edukativnih i informativnih sadržaja. Imajući u vidu da samo usvajanje sistematizacije nije nešto na šta CIK BiH može uticati, potrebno je sveobuhvatnije planirati zapošljavanje privremenog osoblja u izornoj godini tako što će se ova Strategija, kao i prijedlog sistematizacije, koristiti kao osnova za zapošljavanja i pronalazak adekvatnog obrazovnog profila kandidata. Potrebno je dodatno jačati kapacitete i vještine zaposlenih u Sekretarijatu CIK BiH posebno u smislu razumijevanja proaktivne transparentnosti.

3. Adekvatno planiranje budžetskih sredstava

Prije samog podnošenja zahtjeva za dodjelu budžetskih sredstava CIK BiH potrebno je uraditi istraživanje tržišta kako bi se utvrdio iznos sredstava potrebnih za provođenje određenih

aktivnosti, posebno u smislu izrade informativnih i edukativnih videa, razvoja online kvizova ili igrica, s ciljem postavljanja adekvatnog zahtjeva za dodjelu sredstava.

4. Dodatno ojačati saradnju s udruženjima osoba s invaliditetom

Prilikom uvođenja nekih od značajki bitnih za pristupačnost izbornog procesa osobama s invaliditetom potrebno je konsultovati udruženja koja zastupaju i okupljaju osobe sa invaliditetom (OSI) kako bi planirana rješenja u potpunosti, a ne djelimično, riješila problem pristupačnosti ovoj kategoriji stanovništva. Donošenje *ad hoc* rješenja kako bi se formalno zadovoljile neke od preporuka o pristupačnosti izbornog procesa dugoročno ne rješavaju probleme s kojima se ova kategorija stanovništva suočava.

5. Modernizovati obavještavanje javnosti putem društvenih mreža

Preporučuje se usvajanje modernijeg pristupa informisanju javnosti kroz društvene mreže, kao dopuna klasičnim metodama poput konferencija za medije. U izbornim godinama, kada je obim aktivnosti povećan i vremenski resursi ograničeni, CIK BiH može povremeno koristiti kratke video poruke za obavještavanje javnosti o ključnim aktivnostima. Ovaj format omogućava brzu i pristupačnu komunikaciju, a sadržaj može dodatno koristiti i medijskim djelatnicima. Ovakav pristup doprinosi transparentnosti rada i jačanju povjerenja građana.

6. Razviti vodič za vizuelni identitet

Preporučuje se izrada jedinstvenog vodiča za vizuelni identitet CIK-a BiH, koji će definisati upotrebu logotipa, tipografije, boja, formata i dizajnerskih pravila. Trenutno, vizualna prezentacija institucije varira od kampanje do kampanje, što može smanjiti profesionalni dojam i prepoznatljivost. Standardizovan vodič bi omogućio konzistentnost u komunikaciji, olakšao saradnju s partnerima i agencijama, te dodatno ojačao institucionalni integritet i prepoznatljivost CIK-a.

7. Usmjeriti više sadržaja prema marginalizovanim grupama

Marginalizovane grupe, uključujući Rome, osobe s invaliditetom, žene u ruralnim područjima i druge, često nisu dovoljno obuhvaćene u institucionalnim edukacijama. Preporučuje se da CIK BiH intenzivira edukacijske aktivnosti namijenjene ovim grupama, kako u ulozi birača, tako i u ulozi kandidata, izborne administracije i posmatrača. Jasno komuniciranje njihove uloge i prava u izbornom procesu doprinosi inkluzivnosti, većem sudjelovanju i osnaživanju njihovog doprinosa demokratskom životu BiH.

8. Kombinovati različite formate edukacijskih aktivnosti

Različite ciljne grupe reaguju na različite formate, dok neki preferiraju tradicionalne radionice ili štampane materijale, drugi bolje usvajaju informacije putem digitalnih kanala poput story formata, videa ili online kvizova. Preporučuje se kombinacija više komunikacijskih alata,

prilagođenih specifičnim potrebama i navikama pojedinih grupa. Na taj način povećava se doseg i efekt edukacijskih napora, a građanima se omogućava pristup informacijama na njima najpristupačniji način.

9. Uključiti političke subjekte, kandidate i izbornu administraciju u edukaciju

Edukacija o izbornom procesu ne treba biti ograničena samo na birače. Preporučuje se proširiti edukacijske aktivnosti i na političke subjekte, kandidate te članove izborne administracije. Kroz jasnije razumijevanje svojih odgovornosti i zakonskih obaveza, ovi akteri postaju aktivni nosioci promjene i transparentnosti. Osim toga, njihova edukacija direktno doprinosi edukaciji birača, jačajući međusobno povjerenje i odgovornost unutar izbornog sistema.

10. Ulagati u plaćeni marketing na društvenim mrežama

U cilju povećanja dosega i vidljivosti ključnih informacija, preporučuje se planirano ulaganje u plaćeni marketing na društvenim mrežama. Posebno u izbornim godinama, kroz male, ciljane kampanje moguće je osigurati da važne informacije (o glasanju, rokovima, tehnologijama) dođu do što većeg broja građana. Ovaj pristup jača prepoznatljivost CIK-a i podiže informisanost javnosti u ključnim momentima.

11. Ojačati saradnju s organizacijama civilnog društva

Saradnja s organizacijama civilnog društva, posebno onima koje već rade s marginalizovanim, teško dostupnim ili slabije informisanim grupama, od ključnog je značaja za širenje dosega edukacijskih aktivnosti. OCD imaju lokalno povjerenje i kapacitete da organizuju aktivnosti u zajednicama gdje institucije često nemaju direktan pristup. Preporučuje se strateška saradnja u planiranju i implementaciji edukacija, radionica i distribuciji materijala kako bi se osigurao inkluzivan i ravnopravan pristup svim građanima.

12. Uspostaviti saradnju s medijima kao ključnim saveznikom

Mediji predstavljaju važnog partnera u informisanju šire javnosti i oblikovanju javnog mišljenja. Preporučuje se jačanje saradnje sa medijskim kućama i novinarima kroz pravovremene informacije, analitičke materijale, gostovanja, tematske emisije i otvoren dijalog. Osim klasičnih kanala, preporučuje se i saradnja sa online portalima, lokalnim radio i TV stanicama koje imaju veliki uticaj u manjim sredinama. Jačanje odnosa s medijima doprinosi kredibilitetu institucije i širenju tačnih, provjerenih informacija u javnom prostoru.

13. Unapređenje službene Internet stranice kao ključnog komunikacijskog kanala

Postojeća Internet stranica Centralne izborne komisije BiH zahtijeva prilagodbu u cilju poboljšanja korisničkog iskustva, lakšeg pretraživanja i intuitivnijeg snalaženja. Kao primarni kanal za službenu komunikaciju s javnošću, važno je da stranica bude funkcionalna, vizualno jasna i dostupna svim korisnicima, uključujući osobe s invaliditetom. Preporučuje se da

institucija u narednom periodu, u skladu sa dostupnim budžetskim sredstvima i u saradnji sa međunarodnim partnerima i donatorima, razvije moderniji web dizajn koji će odgovarati savremenim standardima digitalne pristupačnosti i transparentnosti.

14. Jačanje kapaciteta osoblja CIK-a kroz edukacije i obuke

S ciljem osiguranja efikasnog, pravovremenog i kvalitetnog informisanja javnosti, te implementacije novih izbornih tehnologija, preporučuje se sistemsko jačanje kapaciteta osoblja CIK-a kroz kontinuirane obuke i treninge.

Fokusne oblasti edukacije uključuju:

- **Komunikacija s javnošću i krizno komuniciranje:** osposobljavanje osoblja za jasnu, dosljednu i inkluzivnu komunikaciju prema biračima, medijima i drugim akterima, posebno u situacijama kada se plasiraju dezinformacije ili kada postoji povećan interes javnosti.
- **Edukacija birača i razvoj edukativnih materijala:** jačanje znanja i vještina u pripremi i prezentaciji edukativnog sadržaja koji je prilagođen različitim ciljanim grupama, uključujući mlade, marginalizovane grupe i osobe s invaliditetom.
- **Nove izborne tehnologije:** stručno osposobljavanje u vezi s biometrijskom identifikacijom birača, skeniranjem glasačkih listića i zaštitom integriteta podataka. Važno je da osoblje u potpunosti razumije sve faze uvođenja i upotrebe tehnologije, kako bi ih mogli efikasno predstaviti i objasniti javnosti.

15. Povećanje broja pratitelja na društvenim mrežama s ciljem jačanja kredibiliteta institucije

S obzirom na sve veću ulogu društvenih mreža u informisanju građana i oblikovanju javnog mišljenja, preporučuje se CIK-u da u narednom periodu sistematično radi na povećanju broja pratitelja na svojim zvaničnim profilima na društvenim mrežama. Veći broj angažiranih pratitelja doprinosi vidljivosti rada institucije, ali i jačanju njenog kredibiliteta, naročito u kontekstu transparentnosti izbornog procesa. Ovo je moguće ostvariti u skladu s predloženim aktivnostima definisanim u strategiji, kao i korištenjem plaćenog oglašavanja na društvenim mrežama.

16. ZAKLJUČAK

Povjerenje građana u izborne institucije ključno je za stabilnost i legitimnost demokratskog poretka. CIK BiH, kao nezavisna i profesionalna institucija nadležna za provođenje izbora, ima ključnu ulogu u očuvanju tog povjerenja. U savremenom političkom i medijskom okruženju, obilježenom dezinformacijama, polarizacijom i sve izraženijim skepticizmom prema institucijama, izgradnja i održavanje povjerenja u rad CIK-a zahtijeva kontinuiran, transparentan i odgovoran pristup.

Jedan od najefikasnijih mehanizama za jačanje povjerenja jeste upravo edukacija birača. Transparentno informisanje javnosti o ulozi, nadležnostima i odlukama CIK-a, kao i blagovremeno i tačno komuniciranje svih faza izbornog procesa, doprinosi smanjenju prostora za špekulacije, neinformisanost i nepovjerenje. Kroz proaktivnu komunikaciju i jasno predstavljanje procedura, CIK BiH može dodatno afirmisati svoju ulogu kao nepristranog garanta zakonitih i demokratskih izbora.

Strategija edukacije birača predviđa niz mjera usmjerenih na podizanje vidljivosti rada CIK-a, jačanje institucionalne prisutnosti u javnom prostoru i promociju osnovnih demokratskih vrijednosti. Otvoreni pristup prema javnosti, uključujući prenošenje sjednica uživo, objavljivanje svih odluka i dostupnost edukativnih materijala, doprinosi stvaranju slike institucije koja radi u interesu građana i poštuje najviše standarde profesionalizma.

Uz to, unapređenje kapaciteta same institucije, kako tehničkih, tako i ljudskih, neophodno je kako bi CIK BiH mogao efikasno odgovoriti na sve veće izazove i očekivanja javnosti. Poseban značaj ima saradnja s civilnim društvom, medijima i međunarodnim partnerima, kroz koju se dodatno afirmiše odgovoran i uključiv karakter institucije.

Jačanje povjerenja u CIK BiH nije jednokratna aktivnost, već proces koji zahtijeva dosljednost, odgovornost i otvorenost u svakom aspektu njenog djelovanja. Ova strategija pruža okvir za takav pristup i postavlja temelje za dublju povezanost građana sa institucijama koje ih predstavljaju i štite njihova demokratska prava.

PRILOG 1: KRATKI OBRAZAC ZA KRIZNO KOMUNICIRANJE

1. OPIS KRIZE

Koji je tačno problem / situacija?
(Šta se dogodilo? Kada? Gdje?)

2. KO JE POGOĐEN?

Ko su ciljne grupe koje trebaju informaciju?
(Građani, mediji, posmatrači, donatori, politički subjekti itd.)

3. KLJUČNA PORUKA

Koja je osnovna informacija koju želimo prenijeti javnosti?
(Jasna, smirena, istinita rečenica – do 25 riječi)

4. NAČIN REAGIRANJA

Koji format odgovora koristimo? (označi jedno ili više)

- Kratka izjava za medije
- Objava na društvenim mrežama
- Video izjava
- Interni e-mail zaposlenima
- Direktan kontakt s medijem / osobom
- Poziv na konferenciju za medije

5. ROK ZA OBJAVU

Do kada odgovor mora biti objavljen?
_____ (datum i vrijeme)

6. ODGOVORNA OSOBA / TIM

Ime i prezime: _____
Kontakt (e-mail/tel): _____

7. DODATNE NAPOMENE

PRILOG 2: KRATKI OBRAZAC ZA DEZINFORMACIJE\ LAŽNE VIJESTI

Element	Kratki unos / odgovori
1. Opis dezinformacije	Šta je objavljeno, gdje i kada?
2. Izvor informacije (označiti)	a) društvene mreže b) mediji c) nepoznat izvor d) drugo (navesti):
Link / naziv izvora	
3. Pogođena publika	a) glasač b) mediji c) politički subjekti d) javnost e) drugo (navesti):
4. Tačna informacija (reakcija)	Kratka i jasna poruka za javnost (do 25 riječi):
5. Način odgovora (označi)	a) društvene mreže b) Saopštenje za medije c) pitanja i odgovori - story d) direktni demanti autoru
6. Vrijeme reakcije	Odgovor objaviti do:
7. Odgovorna osoba	Ime/prezime:
8. Napomena / dodatna preporuka	