



ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU

Smjernice za
izborne aktere





Dr. Suad Arnautović

**ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U
IZBORNOM PROCESU
- SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE -**

Sarajevo, novembar 2020.

ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA U IZBORNOM PROCESU – SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE

Izdavač: Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine,
Danijela Ozme br. 7, 71000 Sarajevo, telefon: 033/251 300,
faks: 033/251 329, e-mail: kontakt@izbori.ba,
internet-stranica: www.izbori.ba.

Za izdavača: Željko Bakalar, predsjednik

Autor/ Urednik izdanja: dr. Suad Arnautović

Stručni saradnik na izradi publikacije: Goran Mišković, generalni sekretar Sekretarijata Centralne
izborne komisije Bosne i Hercegovine

Recenzent: Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm

DTP: Grafomark d.o.o. Laktaši

Za štampariju: Jelena Milinčić

Tiraž: 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 izbornom procesu : smjernice za izborne aktere / Suad
Arnautović. - Sarajevo : Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine, 2020. - 115 str. :
ilustr. ; 25 cm

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

ISBN 978-9958-555-62-6

COBISS.BH-ID 41661446

*Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je zaključkom sa 60. sjednice od 02. 10. 2020. godine, odobrila publikaciju
"Uloga društvenih medija u izbornom procesu – smjernice za izborne aktere".*

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

**Ovo izdanje je publicirano zahvaljujući finansijskim sredstvima Vijeća Evrope. Stajališta izražena u ovoj
publikaciji ni na koji način ne odražavaju zvaničan stav Vijeća Evrope.**

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Publikacija se distribuira besplatno!

**Publikaciju u cijelosti ili pojedinim dijelovima, zabranjeno je umnožavati i distribuirati bez odobrenja
Centralne izborne komisije BiH.**

SADRŽAJ

Riječ predsjednika Centralne izborne komisije BiH.....	4
Riječ predstavnika Vijeća Evrope.....	6
1. UVOD - SOCIJALNI MEDIJI I IZBORI - JE LI POTREBAN NORMATIVNI OKVIR ZA UREĐENJE DIGITALNE IZBORNE KAMPANJE U BOSNI I HERCEGOVINI?.....	7
2. ZNAČAJ SOCIJALNIH MREŽA U IZBORNOM PROCESU.....	9
3. POJAM SOCIJALNIH MREŽA	14
4. PET ZABLUDA O SOCIJALNIM MEDIJIMA U IZBORIMA.....	15
5. VRSTE SOCIJALNIH 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 Tik-Tok	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. SOCIJALNE MREŽE U IZBORNOM PROCESU	22
7. MEĐUNARODNA ISKUSTVA	26
7.1 Smjernice za analizu izbornog pravnog okvira (OSCE/ODIHR)	26
7.1.1 Jednak tretman i pristup medijima	26
8. UPOTREBA SOCIJALNIH MREŽA U IZBORNE SVRHE	31
8.1 Praksa Suda Bosne i Hercegovine.....	31
8.2 (Zlo)upotreba socijalnih mreža u BiH – praksa Suda BiH	38
9. ZAKLJUČAK	91
10. SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE.....	93
11. PRILOZI.....	99
Prilog 1 – Pregled najpopularnijih društvenih mreža u svijetu	99
Prilog 2 – Društvene mreže: 5 načina kako ih pametno upotrijebiti	99
Prilog 3 – Okvirni Izborni etički kodeks političkih subjekata koji učestvuju 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 Centralne izborne komisije BiH

Publikacija „Uloga društvenih medija u izbornom procesu – Smjernice za aktere na izborima“ je prvo izdanje ove vrste Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine i inače izdanje koje regulira ili pokušava usmjeriti izborne aktere u pravcu ispravnog i zakonitog korištenja socijalnih mreža u izbornom procesu.

Naime, materija upotrebe socijalnih mreža u izbornom procesu nije detaljnije definirana Izbornim zakonom Bosne i Hercegovine niti ijednim drugim zakonom, osim što se u Poglavlju 7. „Pravila ponašanja u izbornoj kampanji“ ograničava kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi nezavisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija kao i nezavisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izbornoj administraciji da se koriste jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje ili objavljivati i upotrebljavati slike, simbole, audio i videozapise, SMS, internet-komunikaciju ili druge materijale koji mogu tako djelovati.

Ovo je jedna široka zakonska definicija koju mi koji radimo u izbornoj administraciji označavamo sintagmom „jezik mržnje“. Prema toj zakonskoj odredbi svim naprijed nabrojanim akterima izbornog procesa zabranjuje se korištenje „jezika mržnje“ putem različitih alata, pa i putem internet-komunikacije, odnosno korištenjem, najšire gledano, socijalnih mreža u izbornom procesu. U tom kontekstu, nadam se da će ova publikacija biti od koristi svim učesnicima na izborima, svim stakeholderima, počev od političkih stranaka, odnosno političkih subjekata što podrazumijeva sve one naprijed nabrojane političke aktere, pa i pristalice političkih stranaka, kandidate, liste nezavisnih kandidata, liste pripadnika nacionalnih manjina, kada se vrše izbori na lokalnom nivou, koalicija, nezavisnih kandidata i njihovih pristalica kao i zaposlenih ili povremeno angažiranih za rad u izbornoj administraciji. Ova publikacija im može pomoći da mogu još bolje i šire sagledati značaj socijalnih mreža u izbornom procesu i put u kojem pravcu bi trebala ići zakonska upotreba socijalnih mreža u izbornom periodu i tokom 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 socijalnih odnosa i potrebe za održanjem demokratskih procesa preko korištenja socijalnih mreža u situaciji kada se mora držati socijalna distanca i kada akteri u izborima ne mogu koristiti 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 („izađite i glasajte“) i tako dalje. I na iskustvu Lokalnih izbora u BiH 2020. godine se vidjelo da u takvim situacijama socijalne mreže imaju široki dijapazon moguće upotrebe i jako je važno da polako, korak po korak, iniciramo usvajanje zakonske i podzakonske regulative, koja će utvrditi tačnu granicu između upotrebe i zloupotrebe socijalnih mreža u izbor-

nom procesu. Kao što je i navedeno u ovoj publikaciji najveća opasnost za zloupotrebu socijalnih mreža se kreće u polju informiranja, ispravnog i tačnog informiranja s jedne strane, te dezinformiranja, odnosno plasiranja lažnih vijesti, otvaranja lažnih profila na socijalnim mrežama kao i lažno predstavljanje, te ostvarivanja lažne komunikacije. Ova publikacija je prvi korak koji može pomoći u tom pravcu.

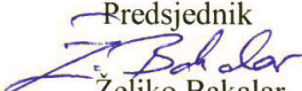
Dakle, još uvijek smo u tom smislu u Bosni i Hercegovini na početku, ali se nadam da će ova publikacija biti od velike koristi svim učesnicima izbornog procesa u Bosni i Hercegovini, kao i analitičarima, medijima, različitim komentatorima, te svima onima koje interesira uloga socijalnih mreža u izbornom procesu.

Još bih jednu stvar htio istaći. Naime, u poglavlju 16. Izbornog zakona BiH, „Mediji u izornoj kampanji“, u članu 16.14 propisana je zabrana vođenja plaćene izborne kampanje putem elektronskih, i printanih medija ili bilo kojeg drugog plaćenog javnog oglašavanja, tako da se ova odredba u smislu donošenja odluka Centralne izborne komisije BiH primjenjuje kod sankcioniranja političkih subjekata koji putem svojih facebook-profila ili drugih socijalnih mreža, te aplikacija kao što je YouTube kanal itd..., koriste plaćeno javno oglašavanje prije službenog početka izborne kampanje. U dosadašnjem iskustvu Centralne izborne komisije BiH, a posebno za Lokalne izbore 2020. godine, do dana pripreme ove publikacije za štampu imali smo ukupno 58 odluka o sankcioniranju političkih subjekata po tom osnovu, od kojih je Sud Bosne i Hercegovine potvrdio 14, a u 3 u slučaju je poništio odluke Centralne izborne komisije BiH i predmet vratio Centralnoj izornoj komisiji 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 akterima u izbornom procesu.

Još jednom bih se želio zahvaliti Vijeću Evrope na finansijskoj podršci za štampanje i izdavanje ove publikacije.

U Sarajevu, 30. novembar 2020. godine

Predsjednik

Željko Bakalar

Riječ predstavnika Vijeća Evrope

Uloga društvenih medija u izbornom procesu – smjernice za učesnike u izbornom procesu (stakeholdere)

Pravo na slobodne i pravične izbore zagantirano je prema Konvenciji o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda. To je osnovno pravo i demokratska zaštita protiv bilo kakve zloupotrebe političke moći. Građani moraju biti u mogućnosti slobodno birati između različitih političkih opcija bez straha od represije.

U posljednjim decenijama pojavili su se novi načini komunikacije koji su postepeno doveli do novog načina prakticiranja političkih i vođenja izbornih kampanja (online odnosno internetsko oglašavanje, automatizirano provođenje 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 tokom izborne kampanje, a posebno u periodu izborne šutnje prije dana izbora, kao i za druga važna pitanja u demokratskim društvima, kao što je borba protiv govora mržnje, borba protiv svih vrsta diskriminacije i rodnih stereotipa (generaliziranih uvjerenja o tipičnim karakteristikama žena ili muškaraca) te osiguranje da građani imaju pristup informacijama koje se temelje na činjenicama i koje su objektivne.

Svrha ovog priručnika je da učesnicima u izbornom procesu pomogne da bolje razmotre pitanja u pogledu ovih novih interaktivnih tehnologija u Bosni i Hercegovini, a Direktoratu za demokratiju Vijeća Evrope je zadovoljstvo da, kroz svoju Izbornu laboratoriju (Electoral Laboratory - Eleclab) i Odjel za izbore i civilno društvo, pruži pomoć svim učesnicima u procesu da izborni proces u Bosni i Hercegovini učine pravičnijim, inkluzivnijim, integralnijim i transparentnijim.

*Snežana Samardžić-Marković,
generalna direktorica Direktorata za demokratiju Vijeća Evrope*

1. UVOD

SOCIJALNI MEDIJI I IZBORI - JE LI POTREBAN NORMATIVNI OKVIR ZA UREĐENJE DIGITALNE IZBORNE KAMPANJE U BOSNI I HERCEGOVINI?

Prije nekoliko godina, ne tako davno - gledano iz historijske perspektive, slavni je filozof, pisac i politički aktivist, profesor lingvistike na Massachusetts Institute of Technology Noam Chomsky još 1955. godine izjavio: „*Uloga medija u modernoj politici prisiljava nas da se pitamo u kojem svijetu i u kakvom društvu mi želimo živjeti i posebno s kojim osjećajem demokracije želimo živjeti*”.¹ Svakako Chomsky je tada mislio na tadašnje tradicionalne medije kao što je televizija, radio i štampa. No, sasvim opravdano se postavlja pitanje: Da li se išta značajno promijenilo u poimanju uloge medija u današnjem demokratskom društvu kada su prioritet nad tradicionalnim medijima preuzele socijalne mreže, posebno u sferi politike?

Bosanskohercegovačko društvo ne živi u zatvorenoj staklenoj bašti, izvan savremenih kretanja u oblasti razvoja socijalnih mreža. Svjedočimo ogromnoj ekspanziji socijalnih mreža i njihovoj dominantnoj ulozi u ekonomskom marketingu, ali sve više i u oblasti političkog marketinga. Pojava pandemije Covid-19 početkom 2020. godine ubrzala je ulogu i osnažila značaj socijalnih mreža u svim aspektima društvenog osiguranja i rada širom svijeta, u ekonomiji, obrazovanju, u odnosu na informacije, oblast, vrijeme i civilne sigurnosti a nezaobilazno u oblasti političkog aktiviteta i izbornih procesa. Bosna i Hercegovina je bila suočena sa ogromnim izazovom da u takvim uvjetima organizira redovne lokalne izbore koji su se održali 15. novembra u svim općinama i gradovima a lokalni izbori u Mostaru 20. decembra 2020. godine. Borba sa pandemijom Covid 19 još uvijek nalaže poduzimanje posebnih mjera za zaštitu zdravlja i života svih učesnika u izbornom procesu, pa u takvoj situaciji naglašen značaj socijalnih mreža. U takvim društvenim i političkim okolnostima neminovno se postavlja pitanje uloge socijalnih mediji u izbornom procesu, odnosno postavlja se pitanje: Je li potreban normativni okvir za uređenje digitalne izborne kampanje u periodu službenog trajanja izborne kampanje u Bosni i Hercegovini?

U želji da pomognemo organima za provođenje izbora, ali i političkim subjektima kojih je u Lokalnim izborima 2020. godine ovjereno ukupno 543, od toga 129 političkih stranaka, 72 koalicije, 262 nezavisna kandidata, 9 lista nezavisnih kandidata i 71 nezavisni kandidat (nacionalne manjine), pripremljena je ova publikacija, prva takve vrste i namjere u Bosni i Hercegovini. Izbornim procesom u Bosni i Hercegovini rukovode 143 općinske i gradske izborne komisije sa ukupno 563 člana, a na dan izbora se aktivira oko

¹ Chomsky, Noam; Media Control, New Work, 2002, str.9

5800 biračkih odbora sa ukupno oko 60.000 članova i zamjenika. Svi oni koriste socijalne mreže, kako u profesionalne svrhe, tako i u privatnoj komunikaciji. To sve govori o značaju korištenja socijalnih mreža i općenito novih tehnologija u izbornom procesu. Zato se nadamo da će ova publikacija biti od koristi svim stakeholderima u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini.

Poseban dio publikacije predstavljaju primjeri sudske prakse u pogledu (zlo)upotrebe socijalnih mreža u izbornom procesu. Tu naročito mislimo na preuranjenu izbornu kampanju i plaćeno, tj. sponzorirano oglašavanje putem socijalnih mreža prije otpočinjanja službene izborne kampanje.²

Neki primjeri kako i u kojem vremenu ne treba koristiti socijalne mreže, mogu biti od koristi kandidatima i političkim subjektima u svrhu propagiranja kandidata i političkih subjekata. Poseban segment upotreba socijalnih 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.

* * *

² U vrijeme pripreme za ovu publikaciju koalicija nevladinih organizacija “Pod lupom” je objavila drugi preliminarni izvještaj o dugoročnom posmatranju Lokalnih izbora u Bosni i Hercegovini. U tim izvještajima su primijećeni slučajevi prijevremene kampanje putem socijalnih mreža. O tome više vidjeti na <https://podlupom.org/v2/bs/clanak/konacni-izvjestaj-2014/124>.

2. ZNAČAJ SOCIJALNIH MREŽA U IZBORNOM PROCESU

Od oktobra 2020. godine više od polovine svih ljudi na Zemlji koristi društvene mreže. Najnoviji podaci pokazuju da se 4,14 milijardi ljudi širom planete danas koristi društvenim mrežama, što je gotovo 53 posto ukupne globalne populacije. Drugim riječima, to znači da danas više ljudi na svijetu koristi društvene mreže, nego što je broj onih koji to ne rade. Ovaj podatak je utoliko impresivniji kad uzmemo u obzir da većina medija ograničava upotrebu svojih platformi na osobe starije od 13 godina. Zapravo, najnoviji brojevi pokazuju da gotovo dvije trećine (68 posto) ukupne svjetske populacije koja 'ispunjava uvjete' sada koristi društvene mreže. Broj korisnika širom svijeta porastao je za više od 12 posto tokom posljednjih 12 mjeseci, a prosječno više od milion ljudi prvi je put počelo koristiti društvene mreže svaki dan od ovog perioda prošle godine. U periodu od jula do septembra 2020. godine više od 180 miliona ljudi je počelo prvi puta koristiti socijalne medije što znači da je u prosjeku bilo skoro 2 miliona novih korisnika socijalnih mreža svaki dan.

S više od 450 miliona novih korisnika od oktobra 2019, što znači gotovo 14 novih korisnika svake sekunde, sugerira da broj korisnika danas raste još brže nego što je bio u istom periodu prošle godine. Tipični korisnik socijalnih mreža ima registrirani račun na gotovo 9 različitih platformi društvenih mreža i svakodnevno provodi u prosjeku 2 sata i 22 minute koristeći društvene mreže.³

Prema tome, nije teško zaključiti da se razvoj socijalnih medija enormno ubrzao posljednjih godina. Primjeri korištenja socijalnih mreža u izbornom procesu posebno u izornoj kampanji su bezbrojni, počev od japanskih parlamentarnih izbora 2013, kada je istaknuta upotreba socijalnih medija u izborima prvi put u historiji Japana; u Ujedinjenom Kraljevstvu za vrijeme izbora 2015; za vrijeme izbora u Indiji 2014, na izborima za predsjednika USA 2016. i ove 2020. godine; u kampanji za Brexit u UK; na izborima za EU u maju 2019. itd.

Pojavom pandemije korona virusa COVID-19 uloga je socijalnih mreža, uopće, a posebno tokom izbornog procesa, dobila na izuzetnoj važnosti.

Izborna administracija se također u sve većoj mjeri oslanja na socijalne medije u izbornim ciklusima, ali se istovremeno ukazuje na opasnost da se socijalni mediji koriste za širenje govora mržnje, dezinformiranje i glasine.

Kao prilog namjeri da se zloupotreba socijalnih mreža zaustavi ili barem smanji i ograniči u ovom rukopisu će se ponuditi dokument koji smo nazvali **Smjernice za upotrebu socijalnih mreža u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini**, koji bi u idealnom scenariju trebali potpisati svi stakeholderi koji učestvuju u izbornom procesu u

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

BiH. To se posebno odnosi na političke stranke, kandidate, političke komentatore i ostale komentatore na socijalnim mrežama (blogeri), koji će prihvatiti principe koji na kraju budu utvrđeni ovim Smjernicama.

Odmah treba naglasiti da sadržaj ovih Smjernica nije zakon, ali bi trebao biti obavezujući 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 socijalne mreže u izbornoj kampanji.

Tokom 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 Facebook, Twitter, YouTube i WordPress, sredstva kojima se informacije stvaraju i koriste 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 zvanični državni organi, javna poduzeća, agencije i institucije, a posebno političke stranke imaju aktivno prisustvo na društvenim mrežama i očekuje da se informacije kojima ta javnost raspoložuje prezentiraju i distribuiraju putem one društvene platforme koja je najpristupačnija prosječnom građaninu. U tom pogledu, organi za provođenje izbora ne predstavljaju nikakvu iznimku i neupitno je da moraju odgovoriti na promjenjivu potražnju javnosti, posebno birača i civilnog društva, ako žele ostati relevantni i efikasni u svojoj misiji. Zato je jako važno da organi za provođenje izbora u svojoj praksi primjenjuju nove tehnologije, jer time mogu ne samo mnogo dobiti, nego mogu i mnogo naučiti kako da uspješno primjene i alate 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 periodu.

Zato je ova publikacija namijenjena, pored ostalog, informiranju organa za provođenje izbora u BiH o načinima na koje se društveni mediji mogu naviknuti povećati učešće biračkog tijela u političkom procesu, pojačati komunikaciju, povećati inkluziju biračkog tijela i poboljšati transparentnost i povjerenje u organe za provođenje izbora tokom cijelog izbornog ciklusa.

Nadalje, društveni mediji igraju sve značajniju ulogu na polju informiranja birača. Organi za provođenje izbora, stoga, trebaju koristiti socijalne mreže kako bi njihova poruka došla do svakoga birača za kojega su nadležni, a posebno do mladih ljudi, jer nije potrebno posebno naglašavati da su mladi birači *de facto* „digitalna generacija”, odnosno da su oni posebno aktivni na društvenim mrežama. Stoga su društveni mediji naročito

korisno sredstvo u naporima koje moraju činiti organi za provođenje izbora u pogledu edukacije birača.⁴ U digitalno doba, socijalne mreže imaju potencijal da postanu izuzetno vrijedan i efikasan alat na korist organima za provođenje izbora, političkim strankama i naročito za edukaciju birača.⁵

Posebna društvena opasnost naročito tokom izbornog procesa jeste zloupotreba društvenih mreža plasiranjem lažnih vijesti (*fake news*), napadnih i zapaljivih komentara putem lažnih profila i mreže kolokvijalnog naziva „ljudski botovi“. Zajedničko svim zloupotrebama je ostvarenje neke vrste koristi, i to: direktno, finansijske, povećanjem broja pratitelja nekog influensera ili političkog kandidata uz prodaju reklama na stranicama; ili indirektno, finansijske ili materijalne koristi u trci za svaki glas birača, za šta služe servisi za prodaju pratitelja fanova kojim se „prodaje“ kandidat i njegov program.

Poseban pravac je svjesno plasiranje dezinformacija (*disinformation*), kao i izostavljanje bitnih informacija za javnost (*misinformation*).⁶ Dosadašnja iskustva ukazuju da je npr. upotreba socijalnih mreža u političkoj kampanji u posljednjih desetak godina izuzetno napredovala, a Facebook je tu najrelevantniji. Uobičajeno je da se koristi Facebook fan page kao službeni profil kandidata, ali također stvara se 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, jeste da dijele, lajkaju, dislajkaju i objavljuju komentare u skladu sa komunikacijskom strategijom njihove političke opcije, odnosno kampanje na socijalnim mrežama. Danas ne postoji niti jedna objava na portalima i društvenim mrežama, nezavisno da li se radi 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 regulaciju

⁴ Centralna izborna komisija BiH je na svojoj 67. sjednici održanoj 15.10.2020. godine usvojila dokument pod nazivom: „Strategija edukacije birača u Bosni i Hercegovini 2020-2023“, kao i prateći Akcioni plan. Radi se o tome da je CIK BiH prvi puta usvojila ovakvu vrstu dokumenta.

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

⁶ 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 pošiljalac nema svjesnu namjeru zavaravanja recipijenta tih informacija. S druge, pak, strane pojam **disinformation** – dezinformacije, mogli bismo opisati kao lažne informacije koje se svjesno i planski šire, naprimjer 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 koristi u značenju „namjerno obmanjujuće ili pristrasne 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.

ponašanja. Pri tome, jako je važno izbjeći zamku da država dodatno pod opravdanim zahtjevom za uređenje ove oblasti 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 ove oblasti mora ići prije svega na otklanjanje dilema i davanje objašnjenja na pitanja koja je postavila dosadašnja praksa virtuelnog političkog djelovanja.

Novija pojava je i iznenadno „rođenje“ novih portala u izbornoj godini, izbornom periodu ili pred sam početak izborne kampanje. Znatan broj takvih portala je bez evidencije o vlasništvu i uredništvu (impresum), odnosno lokaciji portala itsl. Svrha takvih portala je s jedne strane ostvarivanje zarade putem reklama, a s druge strane politički utjecaj shodno stranačkojafilaciji (stranačkom identitetu) osnivača portala. Ovi „anonimni“ portali se povezuju sa više različitih facebook-stranica i tako čine tzv. „stranačke digitalne timove“.

Sadržaj ovih portala u najgrubljim obrisima bi se mnogo smjestiti u dvije grupe, i to oni koji naprosto preuzimaju tekstove, fotografije, video i audiozapise drugih portala i medija, sa ili bez svojih komentara, te oni portali koji prevalirajuće plasiraju „fake news“ i dezinformacije, dakle „namjerno obmanjujuće ili pristrasne informacije“ kao i spinove, kako bi zainteresirali svoje posjetioce i propagandno djelovali na njih.

Nažalost, još uvijek ne postoji jasna normativno-pravna regulativa, niti precizna razjašnjenja o tome šta web-portali ne bi smjeli, a šta bi smjeli objavljivati, posebno u vrijeme izborne kampanje. Poglavlje 7. i Poglavlje 16, odnosno član 16.14 Izbornog zakona BiH dijelom je popunilo tu prazninu, ali ostaje još prostora da se kroz izbornu zakonodavstvo izvrši preciziranje i detaljnije definiranje ove oblasti. Naime, pravila koja su propisana u poglavlju 16. Izbornog zakona BiH za elektronske medije dobar su obrazac i osnova za detaljnije uređenje ponašanja na socijalnim mrežama i internetu, općenito.

Jedno od tih pitanja je okvirno reguliranje korištenja novih IT tehnologija u izbornom procesu, a posebno u izbornoj kampanji, koje služe kao alati pomoću kojih političke stranke komuniciraju sa svojim članovima, simpatizerima i pristalicama (digitalna kampanja). Naime, postoji niz mogućnosti u vezi sa aktivnostima stranačkih digitalnih timova u korištenju tehnika za „obradu“ biračkog tijela, kao što je povezivanje „anonimnih“ portala koji se povezuju sa više različitih facebook-stranica putem socijalnih mreža, potom korištenje instagram-profila, youtube-kanala, tweeter-naloga, zatvorenih facebook-grupa, korištenje više komunikacijskih kanala, odnosno mobilnih aplikacija (Viber, Slack, Telegram, Whatsapp, Signal, Snapchat itd.) pomoću kojih možete pozivati svoje biračko tijelo, šerovati audio i videozapise, dijeliti datoteke, pa čak i povezati se s drugim aplikacijama itd. Sve to iziskuje potrebu za uređenjem ponašanja na mreži u vrijeme izbornog perioda i izborne kampanje.

Također, postoji i više otvorenih pitanja na koja još nemamo odgovore. Naprimjer, pitanje da li se stranački e-mail kojim se dostavlja pošta ili npr. stranački newsletter ne samo stranačkoj nomenklaturi, nego i široj populaciji, u kojem se navode aktuelne aktivnosti stranke, dokumenti i izjave stranačkih dužnosnika i članova, može smatrati javnim službenim dokumentom slobodno dostupnim svakom stanovniku i biraču ili se ima smatrati internim zaštićenim dokumentom namijenjenim samo uskom krugu stranačkih članova? Naime, organ za provođenje izbora u prvom slučaju bi morao reagirati na sadržaje koji prima facie krše zakon i sankcionirati takvu aktivnost u periodu izborne kampanje, dok bi u drugom slučaju takva reakcija, vjerovatno, bila upitna.

Socijalne mreže su, također, izuzetno pogodne za kreiranje web-stranica stranačkih lidera. U tome, svakako, i u Bosni i Hercegovini prednjače stranice na socijalnoj mreži Facebook. No, posebno u zadnje vrijeme Tweeter i Instagram su sve popularniji mediji u BiH. Politički lideri u BiH na početku razvoja socijalnih mreža u BiH nisu shvatili koliki politički značaj, a posebno širenje stranačke ideologije, što direktno što indirektno, imaju socijalne mreže. Danas je to sasvim druga situacija i primjetno je da lideri i stranački prvaci na svim nivoima stranačkog organiziranja svoje facebook, tweeter i instagram-naloga redovno osvježavaju i sve više direktno komuniciraju s svojim članstvom, pristalicama, simpatizerima i općenito građanima.

3. POJAM SOCIJALNIH MREŽA

Generalno posmatrano, pod socijalnim medijima podrazumijevamo web ili mobilne platforme koje dozvoljavaju dvosmjernu interakciju putem korisnički generiranog sadržaja (User-generated content-UGC) i komunikacije. Međutim, socijalni mediji nisu mediji koji potiču samo iz jednog izvora ili su emitirani iz statičnog web-sajta. Oni su, prije svega, mediji na određenim platformama dizajnirani da dopuste korisnicima da generiraju sadržaj i interakciju sa informacijama i njihovim izvorima.⁷

Iako se socijalni mediji oslanjaju na internet kao medij, jako je važno naglasiti da se ne mogu sve internet-stranice ili platforme po defaultu smatrati socijalnim medijima. Neke web-stranice ne predviđaju interakciju sa publikom, dok drugi dozvoljavaju korisnicima samo da objave svoje komentare kao reakciju na pojedinačno publici javan sadržaj, tj. kao razgovore koji su usmjeravani i kontrolirani.

Danas postoji širok i raznolik spektar platformi socijalnih 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...

Blog platforme: LinkedIn, Imgur, YouTube, Vimeo, Reddit, Quora...

⁷ <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 SOCIJALNIM MEDIJIMA U IZBORIMA

Dosadašnja iskustva korištenja socijalnih medija su zaokružila neke temeljne zablude u vezi sa njihovom ulogom i načinom korištenja:

Prva zabluda je da su socijalni mediji besplatni. Socijalni mediji koštaju puno jer vam oduzimaju dosta vremena. A vrijeme je novac. Ako dosta vremena potrošite chatovanjem i beskonačnim surfanjem na mreži, izgubit ćete dragocjeno vrijeme koje ste mogli iskoristiti sasvim konkretno u izvršavanju korisnih poslova koji će vam donijeti novac ili neku drugu korist.

Druga zabluda je da morate biti na svakoj socijalnoj platformi. NE. Vi samo trebate biti tamo gdje su vaši birači. Zato je jako važno da analizirate svoje biračko tijelo, izvršite njegovu segmentaciju i prema dobijenim rezultatima vršite utjecaj putem odgovarajućih socijalnih mreža.

Treća zabluda je da su socijalne mreže kanali za emitiranje. NE. Socijalne 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. Socijalne mreže su odlične za vrbovanje novih birača. Ne. Socijalne mreže su odlične za jačanje veza sa vašim postojećim.

5. VRSTE SOCIJALNIH MREŽA

Trenutne veoma 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 (naprimjer Threadsy, HootSuite i Buffer) i softverski programi koji pomažu u praćenju rasprave na društvenim mrežama (naprimjer Tweetdeck i Meltwater Buzz).

Svakako, ovdje se radi o onim društvenim mrežama čija je primarna namjena razmjena audiovizuelnih sadržaja i informacija, a ne telefonija i chat, poput Vibera, WhatsAppa, 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 Vkontakte koji respektivno imaju po 900 i 600 miliona korisnika. Ovo ističemo samo da bi bolje razumjeli koncept virtuelnog društvenog umrežavanja i njegovih limita koji ipak postoje. Naime, iako je internet nadteritorijalna kategorija, određene barijere kao što su jezičke, kulturne i slične ipak se sa realnog svijeta prenose u virtuelni, kako na globalnom nivou, tako i na mikronivoima. Dakle, ukoliko vaša izborna jedinica ne obuhvata Wuhan ili Moskvu, zaboravimo QQ ili Vkontakte 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.⁸

Facebook je i dalje najčešće korištena svjetska digitalna platforma, ali sada postoji šest platformi društvenih medija koje okupljaju više od jedne milijarde aktivnih korisnika mjesečno. Četiri od ovih šest platformi su u vlasništvu Facebooka. Na temelju javno dostupnih podataka do 19. oktobra 2020, 18 platformi društvenih mreža ima više od 300 miliona aktivnih korisnika mjesečno (vidjeti Prilog 1).⁹

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 da se koriste stvarni identiteti, ali postoji mnogo primjera stranica stvorenih pod pseudonimima. Facebook je poznat po tome što je jed-

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

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

nostavan za upotrebu, po velikom broju trenutnih korisnika i po sposobnost brzog slanja podataka putem mreža.¹⁰

5.2 Twitter

Twitter je stvoren 2006. godine, kao platforma za mikrobloganje 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 tvitove. Poruke se mogu dijeliti sa pratiocima i ‘ponovno tweetovati’ (ponovno objaviti od drugih). Ako je neka tema popularna i često se dijeli, smatra se da je u trendu. Hashtagovi (#) se koriste za praćenje razgovora. Twitter omogućuje širenje kratkih poruka velikoj publici u kratkom vremenu, ali ne nudi uslugu preuzimanja ili izrade sigurnosnih kopija računa, pa korištenje platforme treće strane potrebno je napraviti sigurnosnu kopiju ili arhivirati.¹¹

5.3 Instagram

Jedna je od najpopularnijih socijalnih mreža Instagram stvorena 2010. godine, a naziv je dobio spajanjem dvije 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 slika korištenjem ključnih riječi i hashtagova (#). U 2012. godini Instagram je prodan Facebooku za milijardu dolara. Otada konstantno raste broj korisnika ove aplikacije. Trenutna vrijednost Instagrama se procjenjuje na više do 100 milijardi dolara. Ova aplikacija je besplatna za kreiranje profila (naloga). Instagram dopušta korisnicima da snime, obrade i podijele svoje doživljaje sa prijateljima, poznanicima i pratiteljima. Korištenje ove aplikacije će jako dobro doći onima koji se žele uvezati sa što više pratilaca (followersa).

5.4 YouTube

YouTube je stvoren u februaru 2005. godine. To je platforma za hosting videozapisa na koje korisnici mogu prenositi, pregledavati i dijeliti videozapise. Da bi učitao video, korisnik se mora registrirati, ali i neregistrirani korisnici mogu pogledati sve objavljene videozapise. Veze do YouTubea mogu se voditi s drugih društvenih platformi, poput Facebooka i Twittera. YouTube je trenutno najpopularnija dostupna platforma za razmjenu videozapisa.¹²

5.5 Vimeo

Vimeo je web-lokacija za hosting videosnimaka prilagođena kratkim filmovima i visokim rezolucijama. Za razliku od YouTubea, videozapisi objavljeni na Vimeo dostupni

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

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

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

su za preuzimanje korištenjem upute EMBED.¹³

5.6 Snapchat

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

5.7 Tik-Tok

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

5.8 Blogovi (na svim platformama, uključujući WordPress)

Blogovi su virtualni prostori u kojima pojedinci ili grupa korisnika iznose svoja mišljenja ili redovno pružaju informacije. Pojmovi poput „blogger” (autor bloga), „blogging” (radnja pisanja i slanja bloga) i ‘blogosfera’ (svijet web-dnevnika) jesu uobičajena 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 vezi s određenom temom. Web-stranice blogova mogu se povezati s drugim društvenim mrežama i uglavnom se hostiraju na određenim web-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 tačnim izvorom vijesti ili činjenica, što u velikoj mjeri zavisi od blogera.¹⁴

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 grupama na temelju interesa ili stručnosti putem poziva i omogućava korisnicima da po-

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

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

stavljaju poveznice na svoje mreže u vezi sa predstojećim događajima i vijestima. Osim toga, profili kompanija ili projekta omogućuju registriranim LinkedIn korisnicima da pregledaju proizvode i usluge i prate kompaniju ili organizaciju kako bi bili redovno informirani o novostima.¹⁵

5.10 Google+

Google+ je mrežni projekt društvenih mreža pokrenut u janu 2011. godine za korisnike starije od 13 godina, Google+ omogućuje korisnicima da grupiraju svoje odnose kako bi prilagodili informacije određenim grupama (prijateljima, radnim saradnicima, porodici itd.). Google+ je domaćin razgovora ima funkciju videopoziva, a obje se mogu koristiti između dvije osobe ili u grupama. Također, omogućuje korisnicima traženje područja interesa, uz redovno ažuriranje za ove odabrane grupe. Dijeljenje fotografija i videozapisa također je moguće, a organizacije ili kompanije mogu postaviti profile i dijeliti postove. Google+ zahtijeva da pojedinci koriste svoj pravi identitet za otvaranje računa i korisnik može preuzeti kopije svog računa (uključujući sve postove i interakcije) putem google-arhiviranja.¹⁶

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 isti nivo interakcije kao društvene mreže, to može biti koristan način širenja važnih informacija u određenim područjima koje nije pokriveno internetom. Brojevi mobilnih telefona mogu se lično prikupljati na stranačkim događajima (registracijom ili putem anketa za dobrovoljno prijavljivanje), putem web-stranice ili direktno od 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 primalac i pošiljatelj u razumnom roku odgovori, odnosno da se ostvari dvosmjerna komunikacija. Ako korisnik odluči isključiti poruke koje stižu od stranke, tj. pošiljaoca, postoje jednostavne opcije odbijanja SMS i MMS. Izbor za odbijanje uvijek treba poštivati. SMS desktop sistemi softverski su paketi koji omogućuju korisnicima slanje SMS s PC-a putem ugrađenog modema ili povezanog telefona. Desktop platforme često se mogu preuzeti besplatno.¹⁷

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

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

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

5.11.1 Viber¹⁸

Aplikacija za pametne telefone koja je u vrlo kratkom vremenskom periodu postala dosta raširena na našem tržištu. Viber omogućuje pozivanje i slanje SMS/MMS poruka bilo kome 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 ima i svoju verziju za kompjutere. Aplikacija Viber vam nudi besplatne pozive (obične i videopozive), chat uz dodavanje „smile”, slanje fotografija i videozapisa sa vašeg kompjutera.

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 (Šta ima?). WhatsApp je najkorištenija aplikacija poslije Facebook i Youtuba na svijetu, a 2014. godine Facebook je 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 iko preporučiti. Ideja, kreatora ove aplikacije umjetničkog imena *Moxie Marlinspike*, jeste da signal zamjeni trenutnu SMS aplikaciju, tako da skoro i ne primijetite da je koristite. Jednako funkcionira na Androidu i na iPhoneu. Poruke poslane i primljene preko Signala, idu, naravno, preko interneta i kriptirani su jakom 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 Telegram¹⁹

Telegram je messenger-aplikacija koja iako kod nas nije toliko zastupljena, ipak je sigurno jedan od najkorištenijih messenger-aplikacija u svijetu s preko 100 miliona 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 i tajni chat.

Opcija Secret Chat na Telegramu spaja opcije end-to-end enkripcije, zaštitu od screenshota i timer za samouništenje. Znači, osim što imate tajni chat koji je enkriptiran, za svaku sliku koju podijelite možete biti sigurni da će nestati nakon zadatog vremena.

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

¹⁹ <https://www.netokracija.com/aplikacije-za-privatne-razgovore-144741> 26. 11. 2020. godine u 16.39 h

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 pomoglo u upravljanju postovima, praćenju korisnika i nadziranju diskusija koje se vode na društvenim platformama, pa i šire. Neki od tih softvera se reklamiraju kao „najbrži i najjednostavniji alat za praćenje medija na tržištu”.

Osnovne osobine tih programa uključuju mogućnost centraliziranog slanja i primanja informacija o ulaznoj pošti, objavljivanje informacija na svim platformama putem centraliziranog alata, izrade popisa ciljane publike, analiziranja statistike na korisničkim platformama, nadziranja rasprave korištenjem ključnih riječi i pripremanja izvještaja o upotrebi socijalnih mreža i medija.²⁰

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

6. SOCIJALNE MREŽE U IZBORNOM PROCESU

Organi za provođenje izbora uočili su sve veće oslanjanje na socijalne mreže tokom izbornih procesa. To je, kao što smo već istakli, 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 centar pažnje zbog svih mogućnosti audio i videokomunikacije u velikim grupama. Uz sve prednosti digitalnog svijeta, posebno audiovizuelne komunikacije na daljinu i rad u velikim grupama (npr. Zoom platforma koju je primijenila i Centralna izborna komisija BiH u pripremama i tokom održavanja Lokalnih izbora 2020. godine), potrebno je imati u vidu i rizik zbog mogućnosti da se društveni mediji zloupotrijebe za širenje govora mržnje, dezinformacije i glasina.

Zato je jako važno da izborna zakonodavstva, a potom i organi za provođenje izbora, jasno definiraju neprihvatljive sadržaje povezane sa izborima, koji se plasiraju putem socijalnih mreža posebno u izbornom periodu i tokom 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 socijalnim medijima izbornom periodu i tokom izborne kampanje. Sadržaj koji nije povezan sa pitanjima u vezi s izborima neće nužno biti materija toga kodeksa. Međutim, uvijek treba imati na umu da se bilo koji sadržaj političkih stranaka uvijek može povezati sa izborima i izbornom kampanjom toga političkoga subjekta, jer se ne smije zaboraviti staro političko marketinško pravilo da „kampanjiranju nikada nema kraja”.

Slobodni, pošteni 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 plasiranju istine i otklonu od nesavjesnog objavljivanja ili širenja lažnih ili namjerno obmanjujućih informacija. Međutim, komentari na društvenim mrežama uključuju i osobne stavove i tada je to važno naglasiti.²¹

Društveni mediji, nažalost, često se koriste za širenje govora mržnje. Ova vrsta govora je uvijek štetna, ali može biti posebno opasna u postkonfliktnim društvima i tokom 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 pravac za definiranje govora mržnje je sadržan u članu 20(2) Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima, koji glasi: „Svako zagovaranje nacional-

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

ne, rasne ili vjerske mržnje koje predstavlja poticanje na diskriminaciju, neprijateljstvo ili nasilje zabranjeno je zakonom”.²²

Mnoge su zemlje izrazile rezerve prema članu 20. stav 2. tvrdeći da je previše restriktivan ili da ne ide dovoljno daleko. Belgija, Danska, Finska, Island i Sjedinjene Američke Države iskazale su rezervu na član 20. stav 2, uglavnom zato što smatraju da obeshrabruje građane u učešću u legitimnoj demokratskoj raspravi.²³

Jedna od ključnih uloga medija tokom izbornog ciklusa je služiti kao forum za javnu raspravu. Kako bi osigurali da su rasprave produktivne i korisne, važno je uspostaviti i održavati kulturu uljudnog ophođenja. Na taj način učesnici u raspravi na društvenim mrežama mogu slobodno izraziti svoje stavove u sigurnom prostoru. Bez dovoljnog nivoa kulture komunikacije, odnosno uljudnosti, forumom će dominirati pojedinci koji će pogrešno predstaviti većinski stav javnog mnijenja o nekoj temi.²⁴

Razni izborni konteksti imaju svoje specifične običaje i norme. U nekim zemljama dan (ili dani) neposredno prije dana izbora se smatraju periodom medijske šutnje. U tom periodu medijima je zabranjeno pokrivanje predizbornih kampanja i drugih aktivnosti povezanih s izborima. Predizborna šutnja je period u kojem je kandidatima i strankama zabranjeno vođenje kampanje kako je slučaj i u Bosni i Hercegovini. Zbog toga je važno da se i za taj period također reguliraju aktivnosti na socijalnim mrežama.²⁵

Nije neobično da javni komentari zahtijevaju od poznatih osoba, tj. lidera javnog mnijenja da ih podrže ili na neki drugi način uvrste u njihovu agendu. Takve vrste zahtjeva su mogući i na društvenim mrežama, gdje mogu biti u obliku „like“ ili drugog povoljnog odgovora, npr. „smile”, protumačeni kao znak podrške kandidatu ili stranci. Važno je za izborne aktere i političke komentatore da ukazuju na takve zahtjeve, tako da javnost bude svjesna te potencijalne pristrasnosti.²⁶

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

²² Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (1966) i Opcioni 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>.

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

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

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

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

Naprimjer:

- 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 vezi s tim podliježu li regulativi?²⁷

Jedan dio web-aktivnosti organa za provođenje izbora je adekvatno medijsko „pokrivanje” web-stranice. Taj dio treba sadržavati i kratke informativne brošure s relevantnim statistikama, informacije o konferencijama za štampu, saopćenja za javnost itd. Kako bi olakšale rad novinarima i drugim učesnicima koji takve informacije šire putem društvenih mreža, medijskih stranica, korisno je i da organi za provođenje izbora šire informacije putem vlastitih profila na društvenim mrežama ili da skupljaju materijal prilagođen društvenim mrežama pa ga drugi mogu vrlo lako podijeliti putem vlastitih mreža.

Organi za provođenje izbora i drugi učesnici u izbornom procesu također mogu razmotriti upotrebu multimedijjskih postova. Važno je razmotriti pitanje kako postupiti s izuzimanjem i dijeljenjem fotografija i videozapisa tokom izbornog procesa, posebno unutar i izvan biračkih mjesta na dan izbora što je trenutno zabranjeno propisima organa za provođenje 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 organa za provođenje izbora i postupci koji se odvijaju u njemu presudni su za ključni uspjeh izbora. Jedan od osnovnih načina na koji organi za provođenje izbora mogu osigurati pristup relevantnih informacija biračkom tijelu, koje će poboljšati njegovo razumijevanje izbornog procesa i ojačati odnose s biračkim tijelom i učesnicima na izborima, jeste „održavanje otvorene, dvosmjerne komunikacije”. Takvu ‘dvosmjernu komunikaciju’ nikada nije bilo lakše uputiti nego danas kroz dobro isplaniranu i strateški osmišljenu upotrebu društvenih medija.

Organi za provođenje izbora su presudni za osiguravanje da se izborni postupak vodi efikasno, legitimno i vjerodostojno. To uključuje nezavisnost, nepristranost i integritet organa za provođenje izbora i njegovog osoblja, kao i njihovu transparentnost, efikasnost, profesionalnost. Novi alati i platforme koje pružaju društveni mediji mogu igrati važnu ulogu u pomaganju tim organima da se pridržavaju ovih načela i, u kom-

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

binaciji s tradicionalnim oblicima informiranja, pomažu tim organima da educiraju javnost o svojoj ulozi i izbornim procesima u cjelini.

Važna prednost društvenih medija je sposobnost interakcije s biračkim tijelom putem korištenja i otvorene rasprave na socijalnim mrežama. Kada postoji potreba za brzim dijeljenjem podataka, organ za provođenje izbora može izravno dijeliti postojećoj grupi na socijalnim mrežama koja zatim može dijeliti informacije unutar vlastitih odgovarajućih mreža.

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

Socijalne mediji omogućuju organima za provođenje izbora da široko oglašavaju sve svoje događaje i druge aktivnosti, i da time potiču veće učešće javnosti u razumijevanju šta organi za provođenje izbora rade.

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

7. MEĐUNARODNA ISKUSTVA

7.1 Smjernice za analizu izbornog pravnog okvira (OSCE/ODIHR)²⁸

7.1.1 Jednak tretman i pristup medijima

Reguliranje medija tokom izbora može biti složeno pitanje zbog potrebe da se uspostavi ravnoteža između prava birača da dobiju informacije, prava kandidata i političkih stranaka da prenesu političke poruke i prava medija da koriste slobodu izražavanja. Birači imaju pravo da dobiju informacije od kandidata i političkih stranaka kako bi efikasno iskoristili svoje biračko pravo. Pravo birača da „traže, dobiju i daju informacije i ideje svih vrsta bez obzira na granice, bilo usmeno, u pismenom ili štampanom obliku, u obliku umjetnosti ili putem drugog medija po svom izboru”²⁹ posebno je primjenjivo tokom izbora. Ocjena propisa o medijima uvijek mora uzeti u obzir osnovno pravo birača da dobiju informaciju.

Kandidati i političke stranke također imaju pravo da prenesu 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 sa diskriminacijom prilikom ostvarenja pristupa medijima”.³⁰

Mediji imaju pravo informirati javnost o izbornoj kampanji i izražavati mišljenja. Mediji imaju pravo da osiguraju medijski prostor kandidatima, političkim strankama, temama kampanje, radu izbornog tijela, problemima i incidentima koji se dešavaju tokom kampanje, događajima na izborni dan te objavljivanju izbornih rezultata. Tokom 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 nepravičnog fokusa na jednu odredbu zbog velikog broja osnovnih 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 Evropskog suda za ljudska prava prilikom ocjene zakonskih odredbi za reguliranje medija tokom izbora. Na razvoj regulative o medijima također utječe sve veće korištenje interneta i novih medijskih tehnologija tokom izbora.

Stavovi 7.6. i 7.8. Kopenhaškog dokumenta OSCE-a iz 1990. godine, (koji je sastavi dio Aneksa 3. Dejtonskog mirovnog sporazuma) koncizno daju sažetak standarda za jednak tretman i pristup medijima. Stav 7.6. zahtijeva da vlada omogućí političkim

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

²⁹ "Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima", Generalna skupština Ujedinjenih naroda, 16. decembra 1966. godine, član 49.

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

strankama i organizacijama „neophodne pravne garancije koje će im omogućiti da se međusobno natječu po osnovu jednakog tretmana pred zakonom i od strane tijela vlasti”. Stav 7.8. nalaže da vlada mora osigurati da „nikakve zakonske ili administrativne prepreke ne postoje kada je u pitanju slobodan pristup medijima bez diskriminacije za sve političke grupacije i pojedince koji žele učestvovati u izbornom procesu”. Propisi o jednakom tretmanu i pristupu mogu predstavljati izazov jer određene države zahtijevaju striktnu jednakost u pristupu, dok druge omogućavaju pravičan pristup nasuprot striktno jednakosti. „Pravičan pristup je prepoznat kao zadovoljavajuća obaveza jednakog tretmana pod uvjetom da takav pristup se dodjeljuje u skladu sa objektivnim kriterijima za mjerenje sveukupnih nivoa podrške”.³¹

Izazov za zakonodavce leži u utvrđivanju objektivnih kriterija za mjerenje sveukupnih nivoa podrške. Neke države su koristile rezultate prošlih izbora kao kriterij za mjerenje. Druge države koriste broj kandidata prisutnih na postojećim izborima kao kriterij za mjerenje, na osnovu stava da se postojeći nivo podrške iskazuje kroz mogućnost predstavljanja kandidata za izbore. Bez obzira na odabrani pristup u zakonodavstvu određene države, svaka formula za pravičan specijalni pristup mora se pažljivo procijeniti u svjetlu obaveze osiguravanja jednakog postupanja u pristupu političkih takmičara koji ispunjavaju utvrđeni prag podrške na osnovu objektivnih kriterija.

Pravni okvir države treba sadržavati ove garancije i jasno definirati proces za njihovo pravovremeno provođenje prije i tokom izbora. Proces za utvrđivanje formule ili rasporeda za jednak pristup medijima za date izbore, bez obzira da li je pristup striktna jednakost ili pravična, treba biti razumljiv i objektivno primjenljiv. Također, treba uzeti u obzir drugačiji status javnih medija u državnom vlasništvu – koje finansiraju svi poreski obaveznici – i privatnih medija, koji možda imaju veće diskreciono pravo unutar okvira izbornih kampanja. Jedna praksa koja može osigurati ispunjenje ovog standarda jeste da se zahtijeva da glavne političke stranke, odnosno one koje su imale određeni minimalni broj glasova na prethodnim izborima ili koje su pokazale za trenutne izbore da imaju minimalni nivo podrške prema procjeni zasnovanoj na objektivnim kriterijima, imaju pravo na besplatno vrijeme na državnom radiju i televiziji na redovnoj osnovi, i ne samo tokom izbornih perioda. Pravni okvir koji utvrđuje da se takvim političkim strankama mjesečno garantira utvrđeni broj minuta emitiranja može osigurati ispunjenje ove prakse. Tokom izbornih kampanja, političke stranke i kandidati trebaju dobiti dodatno besplatno vrijeme za prenošenje informacija o svojim kandidaturama. Besplatno vrijeme emitiranja ili besplatni prostor u štampanim medijima se obično dodjeljuje na jednakoj ili pravičnoj osnovi tokom izbornih perioda i prema utvrđenoj formuli koja se može objektivno pri-

³¹ 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. maja 2009, .

mijeniti. 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 da bi se osiguralo da birači dobiju informacije od kandidata i političkih stranaka kako bi mogli efikasno koristiti svoje pravo glasanja te da su političke stranke i kandidati u mogućnosti da se efikasno natječu na izborima.³²

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

Pitanje plaćenog političkog marketinga također može predstavljati oblast koju je teško regulirati, jer su jasno primjenljiva prava na dobijanje i davanje informacija i pravo slobode izražavanja³³. Stoga, bilo kakva zabrana ili ograničavanje plaćenog političkog marketinga mora biti pažljivo definirano kako bi se poštovalo pravo slobode izražavanja. U slučajevima kada je dozvoljen plaćeni politički marketing treba postojati garancija 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 ako 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. Štaviše, plaćeni politički marketing treba biti identificiran kao takav i ne bi smio na bilo koji način biti skriven u formi vijesti ili reportaže.³⁴

³² 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 učestvovati na izborima. U takvom okruženju, postupak stroge jednakosti svih učesnika 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 osnovu 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 na to da će trošak oglašavanja vjerovatno biti ograničavajući faktor za političke stranke s manjim utjecajem na birače.

³³ 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.

³⁴ Vidjeti, "Recommendation No. R (99) 15 of the Committee of Ministers to Member States of the Council of Evrope on Measures Concerning Media Coverage of Election Campaigns", Vijeće Evrope, 9. 9. 1999. Vidjeti, također, *Handbook on Media Monitoring for Election Observation Missions*, napomena 48.

Jednak tretman i pristup medijima, bez obzira da li na striktno jednakoj ili pravičnijoj osnovi, 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 pravičnom tretmanu i pristupu te može prenijeti ovlaštenje na nadležni organ za propisivanje pojedinosti provođenja, kao što je centralno izborno tijelo ili specijalna komisija za medije. Bez obzira na to da li je 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 organom ili sudom za kršenje odredbi o jednakom ili pravičnom tretmanu i pristupu, kao i dobijanje naloga za raspo-ređivanje 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 tokom kampanje. Važno je da pravni okvir osigura zaštitu za slobodno političko izražavanje i govor. Zakon ne treba nametati krivične sankcije za govor koji predstavlja „klevetu” ili „uvredu” za učesnike na izborima.³⁵ 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 osnova demokracije. Evropski sud za ljudska prava jasno je naveo ovo načelo:

„(...) sloboda izražavanja čini jedno od suštinskih osnova demokratskog društva i jedan od osnovnih uvjeta za njegov napredak i samoostvarenje pojedinaca... primjenjivo je ne samo na ‘informacije’ ili ‘ideje’ koje su pozitivno prihvaćene ili koje se smatraju neuvredljivim 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 članom 10, ova sloboda podliježe izuzecima koji, međutim, trebaju biti striktno definirani, a potreba za bilo kakvim ograničenjima mora biti opravdana.

Sud podsjeća da su ograničenja prihvatljive kritike šira u pogledu političara koji djeluju u svom javnom svojstvu, nego u pogledu pojedinaca i privatnih osoba, jer riječi

³⁵ Predstavnici međunarodnih i regionalnih institucija za slobodu izražavanja preporučili su poništavanje svih krivičnih zakona o kleveti. Vidjeti “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.

i djela političara neizbježno, i uz potpunu spoznaju, kontroliraju i novinari i javnosti. Političari moraju posjedovati veći stepen tolerancije posebno kada sami daju javno izjave koje podliježu kritikama.”³⁶

Mogućnost birača, kandidata i političkih stranaka da slobodno i otvoreno razmijene političke stavove od ključnog je značaja. Bilo kakvo ograničavanje slobode izražavanja i govora sprečava snažne i dinamične kampanje koje su od suštinskog značaja za izborne procese u demokratskom društvu. Bilo kakvo ograničenje slobode političkog govora je u suprotnosti sa međunarodnim pravom u oblasti ljudskih prava, osim ukoliko je takvo ograničenje isključivo neophodno u datom demokratskom društvu i utvrđeno članom 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima.³⁷ Pored toga, takvo ograničenje često krši garancije slobode govora utvrđene u ustavu zemlje. Ovaj standard ipak nije primjenljiv na zabranu huškačkog govora koji je usmjeren na poticanje drugih osoba da vrše nasilje ili poticanje mržnje na etničkoj osnovi.

³⁶ Vidjeti presude Evropskog 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 sveta da doslovno ne podliježe kaznenom gonjenju kada je u pitanju kleveta.

³⁷ Vidjeti presude Evropskog 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. UPOTREBA SOCIJALNIH 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 Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine naročito u nekoliko posljednjih izbornih ciklusa, kumulirano je na desetine slučajeva koje mogu biti od ogromne koristi zakonodavcu da proširi postojeći ili, čak, stvori potpuno novi normativni okvir kojim će se bliže urediti pravila postupanja političkih subjekata na socijalnim 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 socijalnim mrežama u periodu izborne kampanje. U nastavku ćemo dati pregled zakonskih normi, te primjere sudske prakse u vezi s upotrebom socijalnih mreža u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini.

Poglavljem 7. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine regulirana su pravila ponašanja u izornoj kampanji za političke subjekte tj. političke stranke, koalicije, liste nezavisnih kandidata i nezavisne kandidate.³⁸

Između ostalog, ovim poglavljem je propisana zabrana za kandidate i pristalice političkih stranaka, listi nezavisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i nezavisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izornoj administraciji koristiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili upotrebljavati slike, simbole, audio i videozapise, SMS, internet komunikacije (naglasio S.A.) ili druge materijale koji mogu tako djelovati.³⁹

Za povrede ovih odredbi Izborni zakon BiH je propisao sankcije u rasponu od 1.000,00 KM do 10.000,00 KM⁴⁰ uz mogućnost da se za povrede koje počini pristalica kažnjava politički subjekt. Za kandidate su propisane sankcije od 1.000,00 KM do 5.000,00 KM.⁴¹

Međutim, problem koji se javio u praksi za Centralnu izbornu komisiju BiH je činjenica da Izbornim zakonom BiH nije precizirana definicija govora mržnje. Tu je potrebna intervencija zakonodavca.

Dalje, Izbornim zakonom BiH je propisano da u periodu koji počinje 24 sata prije

³⁸ Član 7.1 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

³⁹ Član 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

⁴⁰ Član 19.9 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

⁴¹ Član 19.9 stav (4) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

otvaranja biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, koalicijama, listama nezavisnih kandidata i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina zabranjeno je učešće u javnim političkim aktivnostima što uključuje, ali se ne ograničava, između ostalog, i na korištenje megafona ili drugih razglasnih uređaja u cilju utjecaja na birače. Pod ovim sredstvima podrazumijevaju se sredstva kojima se može isporučiti zvučni, video ili tekstualni sadržaj i ona obuhvataju, ali nisu ograničena na radio i televizijski program, printane medije, internet, SMS ili videoporuke isporučene putem mobilnih telefona itd.⁴²

Problem u praksi u postupku rješavanja prigovora i žalbi u slučajevima podnošenja prigovora zbog objava tekstova i slika s ciljem utjecaja na birače, jeste taj što Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine u većem slučaju ne može na pouzdan način utvrditi činjenicu da je dostavljeni dokazni materijal objavljen u kritičnom vremenu u periodu izborne šutnje, niti se sa sigurnošću moglo utvrditi ko je objavio taj materijal, jer su određene internet-domene (Internet domain name) izvan jurisdikcije BiH, što predstavlja prepreku za utvrđivanje odgovornih političkih subjekata i lica koja bi se mogla sankcionirati. Na taj način ova oblast nije zakonski dovoljno precizirana niti trenutno 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 da se radi o svojevrsnoj sivoj zoni, odnosno pravnom vakuumu.

Unatoč tome Centralna izborna komisija BiH u proteklom periodu je izrekla više sankcija zbog kršenja ovih odredbi iz člana 16.14 Izbornog zakona BiH. Ove odluke je u velikoj mjeri potvrdio i Apelacioni odjel Suda Bosne i Hercegovine ovlašten za postupanje po žalbama izjavljenim na odluke Centralne izborne komisije BiH. Sud Bosne i Hercegovine je tom prilikom, između ostalog, utvrdio:

- „...Prije svega, za ovo vijeće je nesporno da je tekst sa fotografijama objavljen upravo sa ciljem utjecaja na birače, način njihovog glasanja 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 koristi u svrhe promocije, reklamiranja pa i pozivanja. S obzirom na tu nepobitnu činjenicu, osnovano se žalbom ukazuje da je sporni tekst iznesen na privatnom profilu D.S. namijenjen široj javnosti, in concreto, biračima sa ciljem utjecaja na birače i način njihovog glasanja. Ovo pogotovo iz razloga što je objavljen na sam dan održavanja izbora, 07.10.2018. godine, koje ponašanje u smislu odredbe člana

⁴² Član 7.4. stav (1) tačka 3. i stav (2) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

7.4. stav 1 tačka 3. Izbornog zakona BiH nije dozvoljeno političkim strankama, koalicijama, listama nezavisnih kandidata i nezavisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina...⁴³

XXXXX

- „...Naime, pravilno je tumačenje Centralne izborne komisije, koje prihvata i ovo vijeće, a koje ukazuje da je odredba člana 7.4 Izbornog zakona BiH formulirana generalno te da 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 biračima, nezavisno od njihovog statusa u stranci, u periodu kada je to zabranjeno, predstavlja kršenje odredbe člana 7.4 Izbornog zakona i pravila ponašanja koji su njime postavljeni...

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

XXXXX

- „...I po shvatanju Apelacionog vijeća, izjava data novinarima koja je objavljena na internet-portaluu klix.ba, iako je objavljena u periodu izborne ‘šutnje’ tokom izbornog dana, ne predstavlja političku aktivnost, ni utjecaj na birače da glasaju za navedenog političkog subjekta i njegovog kandidata, nego je to samo lični stav o trenutnoj političkoj situaciji i njegova subjektivna očekivanja za rješavanje problema u budućnosti...“⁴⁵

Treba naglasiti da su tokom izborne kampanje mediji u Bosni i Hercegovini dužni pravedno, profesionalno i stručno pratiti izborne aktivnosti uz dosljedno poštivanje novinarskog kodeksa, te opće prihvaćenih demokratskih principa i pravila, posebno osnovnog principa slobode izražavanja.⁴⁶

Izborni zakon Bosne i Hercegovine propisuje i period izborne šutnje. U toku 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta na teritoriji Bosne i Hercegovine nije dozvoljeno nikakvo medijsko izvještavanje o bilo kakvoj aktivnosti koja se odnosi na političku i izbornu kampanju. Period izborne šutnje traje do zatvaranja biračkih mjesta.⁴⁷

⁴³ Iz obrazloženja Rješenja Apelacionog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030831 18 Iž od 29.10.2018. godine

⁴⁴ Iz obrazloženja Rješenja Apelacionog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030829 18 Iž od 29.10.2018. godine

⁴⁵ Rješenje Apelacionog odjela Suda BiH broj: S1 3 Iž 030880 18 Iž od 30.10.2018. godine

⁴⁶ Član 16.1 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

⁴⁷ Član 16.11 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

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

Međutim, u praksi su vrlo česta kršenja ovih pravila. Tako je Centralna izborna komisija BiH izrekla više sankcija zbog kršenja ovih odredbi Izbornog zakona BiH.

U nastavku ćemo iznijeti nekoliko sudijskih slučajeva koji su karakteristični po (zlo) upotrebi socijalnih medija, odnosno internet komunikacije u izborne svrhe.

Izborni zakon BiH vrlo je precizan po pitanju kažnjavanja zbog korištenja jezika koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje.

Centralna izborna komisija BiH ima ovlaštenja da izrekne sljedeće sankcije:

- 1. novčanu kaznu koja ne prelazi iznos od 10.000 konvertibilnih maraka;**
- 2. uklanjanje imena kandidata sa kandidatske liste ako se utvrdi da je kandidat lično odgovoran za povredu;**
- 3. poništenje ovjere političke stranke, koalicije, liste nezavisnih kandidata ili nezavisnog kandidata**

Članom 7.3 Izbornog zakona BiH je propisano da kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi nezavisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i nezavisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izornoj administraciji nije dozvoljeno pored ostalog i koristiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili upotrebljavati slike, simbole, audio i videozapise, SMS, internet-komunikacije ili druge materijale koji mogu tako djelovati. Navedena norma se odnosi na period izborne kampanje koja počinje 30 dana prije dana izbora.

Centralna izborna komisija BiH na svojim sjednicama donosi zaključke o pokretanju postupka po prijavi ili službenoj dužnosti a nakon provedenog postupka odlučuje da li je prekršen zakon.

Iz prakse Centralne izborne komisije BiH u primjeni naprijed opisanih ovlaštenja navodimo nekoliko primjera, i to:

⁴⁸ Član 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine

2004. godina

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

Utvrđeno 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 CIK BiH.

2008. godina

V. P., kandidat Srpske napredne stranke za vijećnika u Skupštini Općine Bosanska Gradiška/Gradiška. Poništena kandidatura za V. P. i njemu izrečena kazna od 10.000 KM. Sud BiH potvrdio odluku.

2010. godina

Centralna izborna komisija BiH je na 58. sjednici donijela odluku kojom je utvrđeno sljedeće:

(1) Politička stranka BOSS-Bosanska stranka – Mirnes Ajanović odgovorna je što je A. M., kandidat ove političke stranke za Predstavnički dom Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, dana 15. 09. 2010 godine, gostujući u debatoj emisiji "Odgovorite ljudima" Federalne televizije, koristio jezik koji bi nekoga mogao navesti ili postaći na nasilje ili širenje mržnje (poredio B. B. sa R. K.), čime je prekršio pravila ponašanja u izbornoj kampanji iz člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH. Zbog toga joj se, na osnovu odredbe člana 6.7 tačke 1. i primjenom člana 19.9 stav (1) tačka j) istog zakona, izriče:

- novčana kazna u iznosu od 7.000,00 KM.

(2) A. M., kandidat političke stranke BOSS-Bosanska stranka – Mirnes Ajanović za Predstavnički dom Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine, odgovoran je što je 15. 09. 2010. godine, gostujući u debatoj emisiji "Odgovorite ljudima" Federalne televizije, koristio jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje čime je prekršio pravila ponašanja u izbornoj kampanji iz člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH. Zbog toga mu se, na osnovu odredbe člana 6.7 tačke 1. i primjenom člana 19.9 stav (4) istog zakona, izriče:

- novčana kazna u iznosu od 3.000,00 KM.

Sud BiH potvrdio odluku.

2012. godina

- Prema prijavi koju je dostavila agencija “SENS” i fotografiji dostavljenoj uz prijavu na kojoj je P. B. odjeven u vojničku uniformu sa tekstom “Postrojba posebne namjene GAVRANI” i slika crnog gavrana i grb šahovnica u sredini amblema, te je u lijevom uglu ispisan tekst “Uz Brotnjo i u ratu i u miru”. CIK BiH ju je ocijenila kao inicijativu i pokrenula postupak za utvrđivanje odgovornosti. Odluka sa 61. sjednice CIK od 02. 10. 2012. g. kojom se HKDU izriče novčana sankcija od 3.000,00 KM, a P. B. 1.000,00 KM.

V. P. se na centralnom mitingu obraćao takvim jezikom koji bi nekoga mogao navesti na nasilje, širenje mržnje. Pozivao je istomišljenike da ako njihov kandidat za načelnika ne prođe na izborima da silom 8. oktobra uklone izabranog načelnika. Odluka sa 60. sjednice CIK BiH od 30. 09. 2012. g. kojom se SRS dr. Vojislav Šešelj izriče kazna u iznosu od 10.000,00 KM, a ime V. P. se uklanja sa liste i izriče mu se kazna u iznosu od 5.000,00 KM.

2014. godina

- Centralna izborna komisija BiH je na sjednici održanoj 5. oktobra 2014. godine donijela odluku kojom se utvrđuje da su D. T., kandidat Socijalističke partije na Općim izborima 2014. godine za Predstavnički dom Parlamentarne skupštine BiH, izborna jedinica 3B i Socijalistička partija, odgovorni za povredu odredbe iz člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH.

Izrečena je sankcija kojom se ime D. T. uklanja sa kandidatske liste Socijalističke partije na Općim izborima 2014. godine za Predstavnički dom Parlamentarne skupštine BiH, izborna jedinica 3B, i izriče mu se 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 CIK BiH.

- Centralna izborna komisija BiH je na sjednici održanoj 08. 10. 2014. godine donijela odluku kojom se utvrđuje da 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 člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH, te im se izriče sankcija:

a) Uklanja se ime S. V. sa kandidatske 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 6.000 KM.

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

2016. godina

- CIK 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. 09. 2016. g. koristio jezik mržnje. Sud BiH Rješenje, br: S1 3 024037 16 Iž od 07. 02. 2017. g. Žalba se djelimično uvažava, Odluka CIK BiH preinačava u pogledu visine kazne, umjesto 5.000,00 KM izriče se 1.000,00 KM.

- Postupajući po službenoj dužnosti CIK 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 sa M. S., zastupnikom SDP BiH, koristio se jezikom mržnje.

- Postupajući po službenoj dužnosti CIK BiH je izrekao novčanu kaznu “Srpskoj naprednoj stranci” u iznosu od 6.000,00 KM. Dana 29. 09. 2016. g. 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 sa 54. sjednice CIK BiH od 25. 09. 2018. g. kojom se utvrđuje da je politički subjekt DF-GS Željko Komšić: BiH POBJEĐUJE odgovoran što je A. DŽ., kandidat ovog političkog subjekta, koristio 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 02. 10. 2018. g., kojom se žalba odbija kao neosnovana.

- Odluka sa 54. sjednice CIK BIH od 25. 09. 2018. g. kojom se utvrđuje da je Savez za pobjedu odgovoran što je V. G., kandidat ovog političkog subjekta, koristio 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 03. 10. 2018. g., kojom se žalba V. G. djelimično uvažava, Odluka CIK BiH preinačava 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 02. 10. 2018. g., kojom se žalba Saveza za pobjedu djelimično uvažava, Odluka CIK BiH preinačava u dijelu visine novčane kazne, umjesto 7.000,00 KM izriče se 5.000,00 KM.

- Odluka sa 60. sjednice CIK BiH od 04. 10. 2018. g. kojom se utvrđuje da je M. D. na skupu u Bileći koristio 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. uplatio 5.000,00 KM 05. 10. 2018. g., a SNSD 7.000,00 KM 09. 10. 2018. g.

- Odluka sa 65. sjednice CIK BiH od 11. 10. 2018. g. kojom se utvrđuje da je SDS Lista odgovorna što je D. M., kandidat ovog političkog subjekta, koristio 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. g., kojom se žalba SDS Liste djelimično uvažava, Odluka CIK 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. g., kojom se žalba D. M. odbija kao neosnovana.

- Odluka sa 70. sjednice CIK BIH od 22. 10. 2018. g. kojom se utvrđuje da je SDA odgovorna što B. I. na predizbornom skupu koristio 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 kazna preinačena na iznos od 3000,00 KM.

- Odluka sa 70. sjednice CIK BiH od 22. 10. 2018. g. kojom se utvrđuje da je Koalicija DF-Građanski savez Željko Komšić odgovorna što je na predizbornom skupu dozvolila 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)upotreba socijalnih mreža u BiH – praksa Suda BiH

Slučaj 1 – Nezavisni kandidat (M. H.)

Na osnovu člana 6.6 stav (1), tačka 1. a u vezi sa članom 16.14 stav (3) i člana 7.2 stav (2) 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 i 32/10), u postupku pokrenutom po službenoj dužnosti radi utvrđivanja kršenja odredbi člana 16.14 stav (3) i člana 7.2 stav (2) Izbornog zakona BiH koje je počinio M. H., _____ Zenica, Nezavisni kandidat za načelnika Općine Zenice, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 57. sjednici održanoj dana 21. 09. 2012. godine d o n i j e l a

O D L U K U

Utvrđuje se da je M. H., nezavisni kandidat za načelnika Općine Zenice, odgovoran što je izlaganjem slika i videoklipova pornografskog sadržaja u izbornoj kampanji postupio suprotno odredbama člana 16.14. stav (3) i člana 7.2 stav (2) Izbornog zakona BiH, te mu se na osnovu člana 6.7 tačka 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine:

- a. zabranjuje izlaganje slika i videoklipova pornografskog sadržaja u izbornoj kampanji i nalaže njihovo uklanjanje sa web-stranice www.gradzenica.info odmah, a najkasnije tri sata od prijema odluke, i
- b. poništava ovjera za učestvovanje na Lokalnim izborima 2012.

O b r a z l o ž e n j e

Odlučujući po službenoj dužnosti, Centralna izborna komisija BiH je uvidom u web-stranicu www.gradzenica.info utvrdila da se na njoj nalaze slike i videoklipovi za odrasle, izrazito pornografskog sadržaja. Provjerom je utvrđeno da je M. H. vlasnik spomenute web-stranice na kojoj se, između ostalog, nalaze slike i videoklipovi za odrasle.

Nakon izvršenog uvida u navedeni sadržaj sa web-stranice M. H., nezavisnog kandidata za načelnika Zenice, Centralna izborna komisija BiH je u skladu sa članom 6.2 stav (2) Izbornog zakona BiH aktom, broj 05-1-07-5-1040/12 od 19. 09. 2012. godine, pokrenula postupak po službenoj dužnosti u skladu sa članom 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 se činjenice i okolnosti koje su značajne za rješenja i strankama omogućiti da ostvare i zaštite svoja prava i pravne interese, zatražila od M. H. da se u roku od 24 sata od prijema akta, izjasni o slikama i videoklipovima za odrasle sa svoje web-stranice u kontekstu odredbe člana 7.2 stav (2) Izbornog zakona BiH.

M. H. u svom izjašnjenju navodi da je uobičajena praksa da se pornofilmovi prikazuju u kinima, mogu se kupiti u prodavnicama ili iznajmiti u videotekama i da je prema pozitivnim zakonskim propisima u Bosni i Hercegovini ta vrsta filmova samo jedan žanr. Dalje navodi da Centralna izborna komisija BiH konstatira da "sadržajem za odrasle" na njegovoj web-prezentaciji nije povrijeđen nijedan zakonski propis u Bosni i Hercegovini, niti je taj sadržaj uvredljiv za pripadnike bilo kojeg spola.

Odredbom člana 7.2 stava (2) Izbornog zakona BiH (druga rečenica) je propisano da će Centralna izborna komisija BiH zabraniti isticanje, štampanje i rasturanje oglasa, plakata, postera i drugih materijala koji se koriste u svrhu izborne kampanje političkih stranaka, koalicija, listi nezavisnih kandidata ili nezavisnih kandidata, na kojima se žene

ili muškarci predstavljaju na stereotipan i uvredljiv ili ponižavajući način i naložiti političkoj stranci, koaliciji, listi nezavisnih kandidata ili nezavisnom kandidatu da postavljene materijale ukloni.

Centralna izborna komisija BiH je analizirala slike i videoklipove za odrasle sa web-stranice M. H. i utvrdila da je sadržaj tog pornografskog sadržaja, uvredljivog i ponižavajućeg karaktera u periodu izborne kampanje. Odredbom člana 1.1a tačka 6) Izbornog zakona BiH propisano je da izborna kampanja podrazumijeva radnje i postupke u periodu 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 osnovu kojih je političkim subjektima dozvoljeno da steknu podršku birača, upoznaju birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore.

Izlaganje slika i videoklipova pornografskog sadržaja koje je učinio M. H. i u potpunosti priznao, prema shvatanju Centralne izborne komisije BiH uvredljivog je i ponižavajućeg karaktera u periodu 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 korištenje u izbornoj kampanji.

Nezakonito postupanje M. H. se odnosi na činjenicu da je izlaganjem slika i videoklipova pornografskog sadržaja na svojoj web-stranici u periodu izborne kampanje postupao suprotno odredbi člana 16.14 stav (3) i člana 7.2 stav (2) Izbornog zakona BiH, odnosno da nije postupao u skladu sa pravilima ponašanja političkih subjekata u izbornoj kampanji utvrđenim u poglavlju 7. Izbornog zakona BiH.

Odlučujući o sankciji, Centralna izborna komisija BiH je cijenila sve okolnosti, nije utvrdila olakšavajuće, i kao otežavajuće okolnosti ocijenila činjenicu da je M. H. izlaganjem slika i videoklipova pornografskog sadržaja u izbornoj kampanji izabrao izuzetno neprimjeren i vulgaran način za stjecanje podrške birača, a sadržaj učinio dostupnim svima pa i maloljetnim licima.

Slučaj 1 – Odluka Suda BiH – Nezavisni kandidat (M. H.)

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

Naime, odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj: 05-1-07-5-1040/12 od 21. 09. 2012. godine, utvrđeno je da je M. H., nezavisni kandidat za načelnika Općine Zenica, odgovoran što je izlaganjem slika i videoklipova pornografskog sadržaja u iz-

bornoj kampanji postupio suprotno odredbama člana 16.14 stav (3) i člana 7.2 stav (2) Izbornog zakona BiH, te mu je na osnovu člana 6.7 tačka 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine:

- c. Zabranjeno izlaganje slika i videoklipova pornografskog sadržaja u izbornoj kampanji i naloženo njihovo uklanjanje sa web-stranice www.gradzenica.info odmah, a najkasnije tri sata od prijema odluke, i
- d. Poništena ovjera za učestvovanje na Lokalnim izborima 2012.

Žalilac je blagovremeno uložio žalbu na navedenu odluku u kojoj navodi da se elektronski medij www.gradzenica.info nalazi u Saveznoj Republici Njemačkoj, te je na njemu postojao link “za odrasle“ koji je posjetioce vodio na reklamne trejlere zakonitih web-sajtova kojima se vrši promocija zakonitih proizvoda tih kompanija. Dalje, navodi da su neistiniti navodi Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine da je sporni sadržaj bio dostupan maloljetnim licima jer je bio zaštićen u skladu sa zakonskim propisima. Također, navodi da se u obrazloženju sporne odluke nigdje ne vidi da je Centralne izborna komisija utvrdila da je on vodio izbornu kampanju suprotno odredbama člana 16.14. stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine na bilo koji drugi način osim tvrdnje da je vlasnik elektronskog medija u Saveznoj Republici Njemačkoj na kojem su se nalazili linkovi putem kojih se može pristupiti sadržaju “za odrasle“. Smatra da je pogrešan zaključak Centralne izborne komisije da je došlo do povrede člana 16.14. stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine i predlaže da Apelacioni odjel Suda Bosne i Hercegovine poništi tačku b) sporne odluke.

Apelaciono upravno vijeće Suda Bosne i Hercegovine ocjenjuje da je pravilan i zakonit navedeni zaključak Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine jer je ona na pravilno utvrđeno činjenično stanje pravilno primijenila materijalno pravo, tačnije odredbu člana 16.14 stav (3), člana 7.2 stav (2) i člana 1.1a tačka 6. Izbornog 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 člana 16.14 stav (3) navedenog zakona je propisano da je zabranjeno vođenje izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija koja je stereotipnog i uvredljivog sadržaja u odnosu na muškarce i/ili žene ili koja potiče stereotipno i uvredljivo ponašanje na osnovu spola ili ponižavajući odnos prema pripadnicima različitih spolova.

I po shvatanju vijeća Apelacionog odjela ovog Suda, izlaganje slika i videoklipova pornografskog sadržaja u periodu izborne kampanje uz izgovaranja navedene poruke biračima, nije radnja niti postupak kojom politički subjekt na zakonom utvrđen način upozna je birače u javnost sa svojim programom za predstojeće izbore, te je postupanje žalioaca u periodu izborne kampanje bilo u suprotnosti sa odredbama člana 16.14 stav (3), člana 7.2 stav (2) i člana 1.1a tačka 6. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, za koje povrede je pravilnom primjenom člana 6.7 tačka 2. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine,

moglo biti zatraženo uklanjanje imena kandidata sa kandidatske liste. Istina, osporenom odlukom je primjenom člana 6.7 tačka (3) Izbornog zakona, poništena ovjera žalilaca kao nezavisnog kandidata, za učešće na Lokalnim izborima 2012. godine, ali su posljedice po žalioca iste – onemogućavanje žalioцу da učestvuje na Lokalnim izborima 2012. godine kao nezavisnom kandidatu za načelnika Zenice. Po shvatanju suda, poništenje ovjere političkog subjekta može se izreći samo u slučaju kada se u postupku utvrdi da je određeni politički subjekat nezakonito registriran, što ovdje nije slučaj. Smisao odredbe člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona je da se zabranjuje svako neprimjereno vođenje izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, a posebno ono koje može biti uvredljivo ili ponižavajuće prema pripadnicima različitih spolova.

Također, po shvatanju Apelacionog vijeća, a suprotno navodima žalioца, irelevantno je vlasništvo na web-stranicama na kojoj su se nalazile slike i videoklipovi “za odrasle” izrazito pornografskog sadržaja jer je, u smislu odredbe člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona, samo relevantno ko preko elektronskih i printanih medija vodi neprimjerenu kampanju, odnosno kampanju na način suprotan zakonu, kao što je to u konkretnim 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 slika i videoklipova pornografskog sadržaja putem navedene web-stranice žalilac je omogućio svakoj osobi i maloljetnoj i punoljetnoj da pregleda navedene slike i videoklipove, jer je navedena web-stranica postavljena tako da svako, pa i maloljetna osoba, može klikom izvršiti uvid u navedene pornografske sadržaje, jer ne postoje mehanizmi koji bi mogli spriječiti maloljetna lica da to učine.

Slučaj 2 – Prigovor Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD

Na osnovu člana 6.6 stav (1) 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 i 32/10, 18/13, 7/14 i 31/16) odlučujući po prigovoru političkog subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD u postupku utvrđivanja kršenja odredbi člana 7.4 stav (1) tačka 3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koje je počinio D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu RS, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 69. sjednici održanoj 18. 10. 2018. godine d o n i j e l a

O D L U K U

Prigovori političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD se odbijaju kao neosnovani.

O b r a ž l o ž e n j e

Centralnoj izbornoj komisiji Bosne i Hercegovine su dana 07. 10. 2018. godine u 09.42 h i dana 07. 10. 2018. godine u 11.57 h putem faks-aparata dostavljeni prigovori političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD, koji se odnose na kršenje odredbe člana 7.4 stav (1) tačka 3) Izbornog zakona BiH koje je počinio D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu.

Podnosilac prigovora u prigovoru navodi da je D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za zastupnika u Narodnoj skupštini RS, dana 07. 10. 2018. godine na svom facebook-profilu objavio fotografije sa porukama koje su usmjerene ka cilju utjecaja na birače, te po navodima podnosioca prigovora predstavljaju promociju njegovog dosadašnjeg političkog rada, kao i promoviranje političkog subjekta Partije demokratskog progresa i njenih kandidata na listi.

Centralna izborna komisija BiH je, u skladu sa članom 6.3 stav (2) Izbornog zakona BiH gore navedene prigovore, dostavila na izjašnjenje 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 svom izjašnjenju od 16. 10. 2018. godine na prigovor navodi da politički subjekt Partija demokratskog progresa te njen kandidat D. S. u cijelosti odbacuje navode iz prigovora, te da je profil kandidata navedenog političkog subjekta D. S. njegov lični profil na društvenoj mreži, te da se na bilo koji način ne može podvesti pod pojam “javne političke aktivnosti“. Dalje navodi da kandidat D. S. ni na koji način nije vršio niti je učestvovao u bilo kojoj političkoj aktivnosti, te da objave koje je postavio na svom ličnom facebook-profilu su zapravo isključivo poziv njegovim prijateljima da izađu na izbore, kao i da ne predstavljaju sugestiju njegovim prijateljima za koga da glasaju. Dalje navodi da kandidat D. S. ni na koji način nije povrijedio zabranu odredbe člana 7.4. stav (1) tačka 3) Izbornog zakona BiH, jer ni na koji način nije učestvovao u bilo kojoj javnoj aktivnosti, niti je utjecao na birače, nego je isključivo na svom ličnom facebook-profilu pozvao svoje prijatelje da izađu i glasaju. Iz svega naprijed navedenog, politički subjekt Partija demokratskog progresa predlaže da se prigovor političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD odbije kao neosnovan.

D. S., kandidat političkog subjekta Partije demokratskog progresa za Narodnu skupštinu RS, u svom izjašnjenju od 16. 10. 2018. godine navodi da u cijelosti odbacuje navode iz prigovora kao i da je njegov facebook-profil na kome su objavljenje sporne fotografije

sa porukama njegov lični profil te da se na bilo koji način ne mogu podvesti pod pojam “javne političke aktivnosti“. Dalje navodi da dana 7. 10. 2018. godine nije vršio niti učestvovala na bilo koji način u bilo kojoj javnoj aktivnosti, te da su sporne objave bile isključivo poziv njegovim prijateljima da izađu na izbore, ali ne i sugestiju za koga da glasaju.

S obzirom na to da je utvrđeno da se navedeni prigovori temelje na istom činjeničnom stanju, kao i na istom pravnom osnovu, a da je Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine stvarno nadležna u pogledu rješavanja navedenih prigovora, donijela je zaključak, broj: 01-1-07-5-1033-8/18 od 18. 10. 2018. godine, o vođenju jednog postupka.

Odredbom člana 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH je propisano da u periodu koji počinje 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, koalicijama, listama nezavisnih kandidata i nezavisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina zabranjeno je učešće u javnim političkim aktivnostima što uključuje, ali se ne ograničava samo na sljedeće: korištenje domaćih i međunarodnih sredstava komunikacije s ciljem utjecaja na birače.

Cijeneći postojeće dokaze u spisu predmeta (fotografije sa porukama facebook-profila korisnika D. S.) Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je ocijenila da fotografije sa porukama kako u cjelini, tako i u pojedinim njenim dijelovima, ne predstavljaju poruku, sugestiju ili poziv biračima da glasaju za političkog subjekta Partije demokratskog progresa ili za D. S., kandidata za zastupnika u Narodnoj skupštini RS, odnosno da fotografija sa porukama ne predstavljaju kršenje odredbe člana 7.4 stav (1) tačka 3) Izbornog zakona BiH

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

Sud Bosne i Hercegovine u Sarajevu, u vijeću Apelacionog odjela sastavljenom od sudije Srete Crnjaka, kao predsjednika vijeća, Dinke Bešlagić-Čovrk i Vesne Trifunović, kao članica vijeća, odlučujući o žalbi Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD sa sjedištem u Banjoj Luci, ul. Petra Kočića broj 5, izjavljenoj protiv odluke Centralne komisije Bosne i Hercegovine, broj: 05-1-07-5-1033-9/18 od 18. 10. 2018. godine, donio je

R J E Š E N J E

Žalba se usvaja, pa se Odluka Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj 05-1-07-5-1033-9/18 od 18. 10. 2018. godine, poništava i predmet vraća Centralnoj izbornoj komisiji na ponovni postupak i donošenje odluke.

Obrazloženje

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum navedeni u uvodu, prigovori, izjavljeni 07. 10. 2018. godine, Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD su odbijeni kao neosnovani.

Prethodno, zaključkom od 18. 10. 2018. godine Centralna izborna komisija BiH je, primjenom odredbe člana 118. ZUP BiH, donijela odluku kojom je izvršeno spajanje dva prigovora političkog subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata od 07. 10. 2018. godine, te je u stavu 2. odlučeno da će se, po osnovu izjavljenih prigovora, voditi jedinstveni postupak.

Naime, SNSD je u skladu sa poglavljem 6 Izbornog zakona BiH podnio prigovor CIK-u BiH protiv političke stranke PDP – Mladen Ivanić zbog kršenja člana 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH koji je počinio D. S.

CIK BiH je žalbenim rješenjem odbila prigovore SNSD-a (oba izjavljena 7. 10. 2018. godine) ocijenivši fotografije sa porukama objavljenim na facebook-profilu kandidata političkog subjekta Partije demokratskog progresa – D. S takvim da u cjelini, a niti u pojedinim dijelovima, ne predstavljaju poruku, sugestiju ili poziv biračima da glasaju za navedeni politički subjekt ili za samog kandidata za poslanika u NS RS, obrazlažući da time nije prekršena odredba člana 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH.

Žalilac ovakvu odluku Centralne izborne komisije BiH pobija zbog pogrešno i nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja i povrede odredbi Izbornog zakona. Ističe da CIK BiH donošenjem osporene odluke nije pravilno utvrdio činjenično stanje, s obzirom na to da je D. S. 07. 10. 2018. godine na svom sacebook-profilu objavio tekst sa fotografijama sa ciljem utjecaja na birače, kao i da objavljeni tekst predstavlja poruku, sugestiju ili poziv biračima kako da glasaju. Tekst: “Glasao sam za Vukotu, Ivanića i svoje kandidate sa liste PDP-a, broj 5 misli na vas“ predstavlja kršenje odredbe člana 7.4 stav 1. tačka 3 Izbornog zakona BiH. Imajući u vidu odredbu citiranog člana koja decidno propisuje zabranjeno ponašanje političkih subjekata i njihovih kandidata 24 sata prije otvaranja biračkih mjesta pa do njihovog zatvaranja, predstavlja se pitanje na koji način i koje je dokaze CIK BiH cijenila prilikom donošenja žalbene odluke. Objavljeni tekst nesumnjivo predstavlja indirektan poziv da se glasa za Vukotu, Ivanića i kandidate na listi PDP-a. Konačno, ako imamo u vidu da je politička aktivnost redovna kad i izborna kampanja jasno je da objave D. S. na ličnom facebook-profilu predstavljaju kršenje odredbe člana 7.4 stav 1. tačka 3. Izbornog zakona BiH. Ovo posebno iz razloga jer Izborni zakon jasno propisuje radnje koje predstavljaju izbornu kampanju, kao i period za njihovo poduzimanje. Predlaže da Sud BiH usvoji žalbu, poništi Odluku CIK-a BiH i predmet vrati na ponovno odlučivanje.

Dat je odgovor na žalbu sa prijedlogom da se žalba odbije kao neosnovana. Ovo, iz razloga što CIK BiH ni na koji način nije utvrdila da sporne fotografije sa 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 Apelacionog odjeljenja Suda Bosne i Hercegovine je zaključilo da je žalba osnovana.

Nepravilna je i nezakonita odluka Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine kojoj je odbijen prigovor SNSD-a koji se odnosi na kršenje odredbe člana 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH.

Odredbom člana 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH, između ostalog, propisano je da u periodu koji počinje 24 sata prije otvaranje biračkih mjesta i traje do njihovog zatvaranja, političkim strankama, koalicijama, listama nezavisnih kandidata i nezavisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnim manjina zabranjeno je (...) korištenje domaćih i međunarodnih sredstava komunikacija s ciljem utjecaja na birače; stavom 2. propisano je da se pod sredstvima komunikacije iz tačke 3) stava (1) ovog člana podrazumijevaju sredstva kojima se može isporučiti zvučni, video ili tekstualni program, štampane medije, internet, SMS ili videoporuke isporučene putem mobilnih telefona itd.

Iz obrazloženja odluke CIK-a BiH proizilazi da, cijeneći objavljene fotografija sa porukama, kako u cjelini, tako i u pojedinim dijelovima, nije pronađen sadržaj koji bi predstavljao poziv, sugestiju ili poruku biračima kako da glasaju, odnosno da je objavljenim tekstom pokušano vršenje utjecaja na birače.

Suprotno takvom utvrđenjem CIK-a BiH, ovo vijeće je zaključilo da iz sadržaja objavljenog teksta proizilazi da je u direktnoj koliziji sa članom 7.4 stav (1) tačka 3. Izbornog zakona BiH.

Prije svega, za ovo vijeće je nesporno da je tekst sa fotografijom objavljen upravo sa ciljem utjecaja na birače, način njihovog glasanja 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 koristi u svrhu promocije, reklamiranja pa i pozivanja. S obzirom na tu nepobitnu činjenicu, osnovano se žalbom ukazuje da je sporni tekst iznesen na privatnom facebook-profilu D. S. namijenjen široj javnosti, in concreto, biračima sa ciljem utjecaja na birače i način njihovog glasanja. Ovo pogotovo iz razloga što je objavljen na sam dan održavanja izbora, 07. 10. 2018. godine, koje ponašanje u smislu odredbe člana 7.4 stav 1. tačka 3. Izbornog zakona BiH nije dozvoljeno političkim strankama, koalicijama, listama nezavisnih kandidata i nezavisnim kandidatima i kandidatima na listama pripadnika nacionalnih manjina.

S obzirom na navedeno, vijeće zaključuje da ocjena CIK BiH u vezi sa objavljenim fotografijama sa porukama kandidata političkog subjekta Partije demokratskog progressa nije u skladu sa citiranom odredbom Izbornog zakona BiH, pa samim time nije pravilno primijenjena navedena odredba.

U ponovljenom postupku, CIK-a BiH dužna je ponovnom analizom teksta pravilno utvrditi da li je došlo do povrede odredbe člana 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 Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine je nepravilna i nezakonita, a žalba osnovana pa ju je primjenom odredbe člana 8.1. stav 1. Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine ("Sl. glasnik BiH", br. 19/02 do 74/10) valjalo usvojiti, poništiti Odluku CIK-a BiH i naložiti otklanjanje nepravilnosti kojima je povrijeđeno izborno pravo.

Slučaj 3 – A-SDA Stranka demokratske aktivnosti

Na osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 člana 114, a u vezi sa članom 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 članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt A-SDA Stranka demokratske aktivnosti (kod 00882), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt A-SDA Stranka demokratske aktivnosti (kod 00882) odgovoran je što je S. Š., kandidat ovog 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

Obrazloženje

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 18. 09. 2020. godine putem pošte primila od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi da je kandidat je političkog 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 člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju su priloženi i snimci sponzoriranih objava.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je dopušten, ali ga je podnijelo neovlašteno lice, iz kojih razloga je u smislu člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijnila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Centralna izborna komisija BiH je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-883-2/20 od 21. 09. 2020. godine, inicijativu dostavila političkom subjektu A-SDA Stranka demokratske aktivnosti na izjašnjenje, 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 izjašnjenja na navedenu inicijativu.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je “zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje“.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spo-

tova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljene screenshotove sa društvenih mreža Facebooka i Instagram, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt A-SDA Stranka demokratske aktivnosti **odgovoran** za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je S. Š., kandidat ovog političkog subjekta, putem društvenih mreža Facebook i Instagram vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno da je ona sponzorirana, što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

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

Odgovornost političkog subjekta A-SDA Stranka demokratske aktivnosti zasniva se na činjenici da je S. Š. kao kandidat predložen u ime ovog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učestvovanje na Lokalnim izborima 2020.godine za načelnika Općine Zavidovići.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava S. Š. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila kao u dispozitivu odluke.

Slučaj 3 – Na odluku CIK BiH nije bilo žalbe.

Slučaj 4 – Demokratska fronta (M. L.)

Na osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 člana 114, a u vezi sa članom 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 članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koje je počinila politička stranka Demokratska fronta (kod 01698), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 71. sjednici, održanoj 29. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

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

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

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 05. 10. 2020. godine putem pošte primila od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi da je kandidat za Gradsko vijeće Goražda M. L. iz političke stranke Demokratska fronta vodila plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook, te da je na taj način ova politička stranka postupila suprotno odredbama člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju je priložen i snimak sponzorirane objave.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je on dopušten, ali da ga je podnijelo neovlašteno lice, iz kojih razloga je u smislu **člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.**

Postupajući po navedenoj inicijativi, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-1055-2/20 od 14. 10. 2020. godine, inicijativu dostavila navedenoj političkoj stranci na izjašnjenje kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni kandidat M. L., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom roku, dana 16. 10. 2020. godine, politička stranka Demokratska fronta je elektronskim putem dostavila izjašnjenje na navedenu inicijativu u kojem navode da Služba za odnose s medijima i Centralni izborni štab Demokratske fronte imaju administraciju isključivo nad facebook-stranicom Demokratske fronte Bosne i Hercegovina, te na njoj vrši upravljanje i kontrolu nad svim objavama. Nadalje navode da ostale facebook-stranice koje na bilo koji način nose naziv Demokratska fronta nisu pod njihovom kontrolom.

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

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da "zabranjeno je vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora ("Službeni glasnik BiH", broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f), da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta, **i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljeni screenshot sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politička stranka Demokratska fronta **odgovorna za kršenje člana** 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je M. L., kandidat ove političke stranke na svom facebook-profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj facebook-objavi je navedeno da je sponzorirana, što je nesporan 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, proizilazi nesporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja na način da je M. L., kandidat u ime političke stranke Demokratska fronta upoznavala birače i javnost sa svojom kandidaturom za Gradsko vijeće Goražda na općinskim lokalnim izborima 2020. godine, uz navode “budite uz mene do kraja.”

Odgovornost političke stranke Demokratska fronta zasniva se na činjenici da je M. L. kao kandidat predložena u ime ove političke stranke i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine za Gradsko vijeće Goražda.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je uzela kao olakšavajuću okolnost priznanje političke stranke, i izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog 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, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila kao u dispozitivu odluke.

Slučaj 4 – Odluka Suda BiH Demokratska fronta (M. L.)

U predmetu Suda Bosne i Hercegovine, broj: S1 3 LŽ 038660 20 lž od 09. 11. 2020. godine, Sud Bosne i Hercegovine donio je

R J E Š E N J E

Žalba se odbija.

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum davedeni u uvodu, utvrđeno je da je politička stranka Demokratska fronta (kod 01698) odgovorna

što je M. L., kandidat 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 člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine primjenom odredbe člana 19.9 stav 1. tačka t) istog zakona izrečena novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM.

Protiv navedene odluke žalbu je blagovremeno izjavila politička stranka Demokratska fronta zbog pogrešno utvrđenog činjeničnog stanja i pogrešne primjene materijalnog propisa uz prijedlog da se žalba uvaži i predmet vrati CIK 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, privatno lice M. L. koja nije ovlaštena za vođenje izborne kampanje Demokratske fronte, kao i da žalilac nije ni na koji način putem facebook-stranice vodio plaćenu kampanju prije službenog početka izborne kampanje. Žalilac 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 objavljujati svaki mogući sadržaj. Dalje ističe da je Centralni izborni štab Demokratske fronte na 2. sjednici od 07. 09. 2020. godine donio smjernice u kojima je jasno navedeno da sve općinske/gradske organizacije i kandidati moraju upoznati Sekretarijat stranke o svim načinima javnog oglašavanja, te da je plaćeni marketing od 16.10.2020. godine. Smatra da je CIK BiH trebala voditi računa da facebook-stranica nije u BiH definirana kao medij, da Demokratska fronta ni na koji način nije vodila plaćenu kampanju u periodu od raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje, da se administrator stranice pod nazivom M. L. koji je učinio prekršaj iz člana 19.9 stav 1. stav tačka t) Izbornog zakona BiH može smatrati pristalicom političkog subjekta, ali da članom 19.9 stav 2. nije predviđeno kažnjavanje političkog subjekta u slučaju da pristalica učini prekršaj iz stav 1. tačka t) Izbornog zakona BiH.

U odgovoru na žalbu Centralna izborna komisija BiH je predložila da se žalba odbije kao neosnovana.

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

Žalba nije osnovana.

Iz stanja u spisu proizilazi da je Centralna izborna komisija BiH (u daljnjem tekstu CIK BiH) u smislu člana 6.2 stav 2. i 3. Izbornog zakona BiH, podnesak Transparency International BiH od 05. 10. 2020. godine smatrala inicijativom za pokretanje postupka i vodila ga je po službenoj dužnosti.

Prema stanju spisa te dokaza koji se nalaze u spisu, utvrđene su odlučne činjenice

koje upućuju na kršenje odredbe člana 16.14 stav 3 Izbornog zakona BiH jer je politička stranka izvršila plaćeno političko oglašavanje prije službenog početka izborne kampanje na način da je kandidat ove stranke za Gradsko vijeće Goražda, M. L., na svom facebook-profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

Odredbom člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona BiH propisano je da je zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutar-nih tijela političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

Odredbom člana 2. stav 1 tačka a) pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Sl. glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) istog člana je propisano da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta, a tačkom 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 screenshot sa društvene mreže Facebook, ovo vijeće zaključuje da je nesporna činjenica na koju je u podnesku od 05. 10. 2020. godine ukazao Transparency International BiH, da je na spornoj facebook-objavi navedeno da je sponzorirana, što ukazuje na vođenje plaćene izborne kampanje. Tekst navedene objave u kojoj se između ostalog spominje kandidatura M. L. za vijećnika za Gradsko vijeće Grada Goražda, proizilazi nesporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja na način da je navedeni kandidat političke stranke Demokratska fronta, upoznavala birače i javnost sa svojom kandidaturom za Gradsko vijeće Goražda na Lokalnim izborima 2020. godine, uz navode “Budite uz mene do kraja“ vršeći na taj način vlastitu promociju.

Prema shvatanju Apelacionog vijeća, irelevantni su žalbeni navodi da je administrator stranice, a ne profila, pod nazivom M. L. privatno lice koje nije ovlašteno za vođenje izborne kampanje Demokratske fronte. To iz razloga što je na facebook-objavi pored imena kandidatkinje M. L. istaknut i logo političkog subjekta koji ukazuje sponzoriranu objavu. Odgovornost političke stranke Demokratska fronta zasniva se na činjenice da je M. L. kao kandidat predložena u ime ove političke stranke i kao takva ovjerena za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine za Gradsko vijeće Goražde.

Imajući u vidu da je CIK BIH donijela Odluku o raspisivanju i održavanju Lokalnih

izbora 2020. godine, broj 05-1-07-1-393-1/20 od 07. 05. 2020. godine, to se prema shvaćanju Apelacionog vijeća ovakvi oglasi cijene kao promocija političkog subjekta.

Analognom primjernom odredbe člana 7.1 stav 1. tačka 3. Izbornog zakona koji regulira pravila ponašanja u izbornoj kampanji, ovo vijeće zaključuje da se štampanjem i dijeljenjem plakata, postera i drugog materijala u vezi sa izbornom kampanjom provodi u izbornom periodu, dakle iste radnje su zabranjene u periodu od raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovog vijeća, pobijana Odluka Centralne izborne komisije BiH je pravilna i zakonita, a žalba neosnovana, pa ju je, primjenom odredaba člana 81. stav 1. Zakona o upravnim sporovima Bosne i Hercegovine ("Službeni glasnik BiH", broj 19/02, 88/007, 83/08 i 74/10) valjalo odbiti.

Slučaj 5 – Narod i pravda (K. H.)

Na osnovu člana 6.6 stav (1), člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 postupajući po prigovoru političkog subjekta Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, u postupku utvrđivanja kršenja člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt Narod i pravda (kod 02317), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt Narod i pravda (kod 02317), odgovoran je što je K. H., kandidat ovog 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 21. 09. 2020. godine putem emaila pokret.pomak@gmail.com primila od Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – PO-MAK prigovor u kojoj se navodi da je kandidat 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 člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnijelo ga je ovlašteno lice i blagovremen.

Postupajući po prigovoru, Centralna izborna komisija BiH je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-976/20 od 24. 09. 2020. godine, prigovor dostavila političkom subjektu Narod i pravda na izjašnjenje, kao i da se na navode iz prigovora posebno izjasni njegov kandidat K. H., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom su roku, dana 26. 09. 2020. godine, Narod i pravda i kandidat K. H. elektronskim putem dostavili izjašnjenja na navedeni prigovor u kojim navode da odbacuju navode iz prigovora, te da se navedene aktivnosti poduzimaju isključivo kao redovna aktivnost u skladu sa Statutom stranke i nisu u suprotnosti sa Izbornim zakonom BiH.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f), da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta, **i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljenog screenshota sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt Narod i pravda **odgovoran** za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je K. H., 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 da je sponzorirana što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

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

Odgovornost političkog subjekta Narod i pravda zasniva se na činjenici da je K. H. kao kandidat predložen u ime ovog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine za gradonačelnika Grada Bihaća.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom sporne objave H.K: na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila kao u dispozitivu odluke.

Slučaj 5 – Narod i pravda – Na odluku CIK BiH nije bilo žalbe.

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

Na osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 člana 114, a u vezi sa članom 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 članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista (kod 02328), Cen-

tralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 70. sjednici, održanoj 28. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

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, ovog 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 30. 09. 2020. godine putem email adrese Transparency.International@europe.com od Transparency International Bosne i Hercegovine primila informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi da 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 člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju je priložen i snimak sponzorirane objave.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je dopušten, ali da ga je podnijelo neovlašteno lice, iz kojih razloga je u smislu člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijnila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući **po navedenoj inicijativi** Centralna izborna komisija BiH je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-992-2/20 od 01. 10. 2020. godine, inicijativu dostavila političkom subjektu Nezavisna bosanskohercegovačka lista na izjašnjenje, kao i da se na navode iz podneska posebno izjasni njegov kandidat H. M., u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom su roku, dana 02. 10. 2020. godine, Nezavisna bosanskohercegovačka lista i njen kandidat za načelnika Općine Zavidovići H. M. elektronskim putem dostavili izjašnjenja na navedenu inicijativu u kojima navode da odbacuju navode iz inicijative.

Kandidat H. M. tvrdi da nije vršio kupovinu biračkih mjesta od bilo kojeg političkog subjekta niti je učestvovao u političkim aktivnostima, osim onih koje u okviru ovlaštenja vrši kao općinski načelnik, te da nije provodio, niti lično niti kao kandidat, bilo kakvo političko plaćeno oglašavanje i promoviranje, a da se kontinuirane aktivnosti promocije općinskog organa uprave vrše sa lažnih profila poznatih lica. U konkretnom slučaju tvrdi da iza lažne facebook-stranice pod nazivom NBL stoje pojedinci koji dezinformiraju javnost sa facebook-profila "Informer", S. S., H. Ć. H. i dr.

Politički subjekt u svom izjašnjenju tvrdi da poštuje odredbe Izbornog zakona BiH i ne vrši nikakve promocije političkog subjekta i niti kandidata. Navodi da je prilog prijavi sa lažnog profila, da se sa više lažnih profila pokušava diskreditirati ličnost i dostojanstvo kandidata H. M., te da nemaju svoj profil na Facebooku.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je "zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje".

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora ("Službeni glasnik BiH", broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljeni screenshot sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista **odgovoran** za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog 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 da je sponzorirana, što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe kao i snimke navedene objave na društvenoj mreži, proizilazi nesporna činjenica da 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 političkog subjekta Nezavisna bosanskohercegovačka lista zasniva se na činjenici da je H. M. kao kandidat predložen u ime ovog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine za načelnika Općine Zavidovići.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog, savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom sporne objave H. M. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 04. 11. 2020. godine, Sud Bosne Hercegovine donio je

R J E Š E N J E

Žalba se odbija.

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum navedeni u uvodu, utvrđeno je da je politički subjekt Nezavisna bosanskohercegovačka lista (kod 02328) odgovorna što je H. M., kandidat za načelnika općine ovog političkog subjekta, 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 finansija i trezora BiH.

Protiv ove odluke politička stranka je blagovremeno izjavila žalbu u kojoj je navela da je sponzorirana objava i promoviranje predloženog načelnika za općinu vršeno sa lažnog profila pod nazivom Nezavisna Bosansko Hercegovačka lista. Naziv ovog lažnog profila generiran je u _____ nije isti sa nazivom stranke, sadržaj na profilu je nepismen, ima jeftine objave i više je nego očigledno da se radi o podmetanju. Na osnovu ukazivanja povjerenika stranke na ovaj problem, dana 16. 10. 2020. godine oformili svoj profil NBL _____ kao jedini pravi profil za promoviranje kandidata stranke. Predlažu da se uzmu u obzir sve dostavljene objave sa lažnog profila i na osnovu formulacije rečenice procjeni o čemu se zapravo radi, da se sankcionira odgovorna osoba za narušavanje ugleda stranke, te cijeni da navedeni politički subjekt ne krši zakon.

U odgovoru na žalbu, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je predložila da Sud predmetnu žalbu odbije kao neosnovanu, jer su neprihvatljivi navodi da je plaćena izborna kampanja prije službenog početka kampanje vršena sa lažnog profila.

Žalba nije osnovana.

Na ovaj način utvrđene su sve činjenice relevantne za utvrđivanje odgovornosti političkog subjekta za kršenje Izbornog zakona, a odnose se na činjenice da je objava na društvenoj mreži radnja usmjerena na upoznavanje birača sa programom i kandidatom, da je izvršena prije službenog početka kampanje i da se radi o sponzoriranoj objavi, dakle plaćenju kampanji. Time je postupljeno suprotno članu 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, pa je žalbenim rješenjem, pravilnom primjenom navedene odredbe, utvrdio odgovornost političkog subjekta za kršenje zakonskih odredbi koje je počinio njegov kandidat i izrekao političkom subjektu novčanu kaznu primjenom člana 6.7 stav 1 tačka 1. i člana 19.9 stav 1. citiranog zakona.

Neosnovani su navodi žalbe da nema odgovornosti podnosioca žalbe kao političkog subjekta jer je objavljivanje izvršeno sa lažnog profila. Prije svega objavljivanje je vršeno sa profila na društvenoj mreži koja pripada njihovom kandidatu. Nadalje, sadržaj objavljivani vrši promociju stranke i kandidata pa su navodi žalbe da narušavaju ugled i diskreditiraju stranku i kandidata neprihvatljivi.

Prilikom odmjeravanja visine izrečene novčane kazne Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine cijnila je da je izrečena minimalna novčana kazna adekvatna učinjenom prekršaju i da će se njom ostvariti svrha kažnjavanja, na koji način su cijanjene sve okolnosti relevantne za određivanje visine novčane kazne.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovog vijeća, pobijana Odluka Centralne izborne komisije BiH je pravilna i zakonita, a žalba neosnovana pa ju je, primjenom odredbi člana 81. stav 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 osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 člana 114., a u vezi sa članom 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 vezi sa članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH (kod 02711), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 71. sjednici, održanoj 29. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH (kod 02711) je odgovoran što je SDBiH Zenica u ime ovog 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 05. 10. 2020. godine putem pošte primila od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi da su Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH vodili plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook, te da je na taj način ovaj politički subjekt postupio suprotno odredbama **člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine**. Uz informaciju je priložen i screenshot (snimci) sponzorirane objave.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je dopušten, ali da ga je podnijelo neovlašteno lice iz kojih razloga je u smislu člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-1143-2/20 od 13. 10. 2020. godine, inicijativu dostavila političkom subjektu Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH na izjašnjenje u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom roku, dana 16. 10. 2020. godine, politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH je elektronskim putem dostavio izjašnjenje na navedenu inicijativu u kojem navodi da se na dostavljenim snimcima ne radi o plaćenju promociji izborne kampanje, izbora, kandidata, liste, programa niti bilo čega u vezi sa predstojećim izborima. Navodi da sponzorirani poziv na sastanak nije promotivnog karaktera, već isključivo poziv na prisustvo internom skupu Foruma mladih SDBiH Zenica kao unutarnjeg oblika organiziranja u skladu sa Statutom SDBiH. Navodi da su na organiziranom 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 političkog subjekta u čijem fokusu su mladi. Pored samog poziva na interni skup istaknut je logo političkog subjekta, što ukazuje upravo na navedeni politički subjekt, a u dostavljenim dokazima (sponzoriranoj objavi) vidljivo je da se radi o periodu prije službenog početka izborne kampanje.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je “zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje“.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) propisano da je izborna kampanja period od 30 dana prije dana održavanja izbora u kojem politički subjekt na zakonom utvrđen način upozna birače i javnost sa svojim programom i kandidatima za predstojeće izbore, a tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljen screenshot sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH **odgovoran za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine**, jer je SDBiH Zenica u ime ovog političkog subjekta na društvenoj mreži Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno da je sponzorirana što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

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

Osim toga, prema Statutu SDBiH Forum mladih SDBiH je unutarnji oblik organiziranja. Shodno navedenom, odgovornost političkog subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH zasniva se na činjenici da je i Forum mladih SDBiH Zenica u ime navedenog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je kao olakšavajuću okolnost uzela u obzir priznanje ovog političkog subjekta da je izvršio plaćeno oglašavanje iz kojih razloga je i izrečena novčana kazna u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine.

Iz ovih razloga Centralna izborna komisija BiH smatra da je novčana kazna izrečena u dispozitivu odluke adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog, savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom sporne objave SDBiH Zenica ispred političkog subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona BiH, odlučila 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 Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum 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 člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Navedenom odlukom utvrđena je odgovornost političke stranke, što je SDBiH Zenica u ime svog političkog subjekta putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

Protiv navedene odluke žalbu je blagovremeno izjavila politička stranka Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine zbog pogrešnog i nepotpunog utvrđenog činjeničnog stanja. Prije svega, smatraju da u smislu člana 6. stav 2. Izbornog zakona BiH prijava Transparency International Bosne i Hercegovine neblagovremena, pa predlažu da se odbaci, a što je Centralna izborna komisija propustila cijeliti u svojoj odluci. Žalilac nadalje ističe i da je pobijana odluka nezakonita, jer smatra da sponzorirani poziv na sastanak ni na koji način nije promotivnog karaktera u svrhu plaćenog vođenja izborne kampanje i javnog oglašavanja, već isključivo poziv na prisustvo internom skupu Forumu mladih kao oblika organiziranja u skladu sa Statutom SDBiH. Navode da 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 vezi sa predstojećim izborima. U odluci Centralne izborne komisije BiH navedeno je da je predmetni poziv poslat svim političkim subjektima u gradu, a što nije tačno. Poziv je upućen mladima grada Zenice, bez obzira na političku pripadnost, da prisustvuju internom sastanku kako bi došlo do razmjene ideja. Također je navedeno da poziv sadrži promociju ideja političkog subjekta, sa čim se žalilac ne slaže, jer u spornoj objavi ni na koji način nije vršena promocija političkog subjekta. Slijedom navedenog, smatra da nije prekršen član 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, nego da je postupljeno u skladu sa njim, zbog čega predlaže da je žalba uvaži i pobijana odluka ukine, odnosno da se politički subjekti SDBiH oslobodi plaćanja novčane kazne.

U odgovoru na žalbu, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine predložila je da Sud predmetnu Žalbu odbije kao neosnovanu.

Prema stanju u spisu predmeta, Centralna izborna komisija BiH je dana 12. 10. 2020. godine informirana od Transparency International Bosne i Hercegovine da je po-

litički subjekat SDBiH platio sponzoriranu objavu u elektronskom mediju – društvenoj mreži Facebook, te cijeneći ovu inicijativu, pokrenula postupak po službenoj dužnosti. Dakle, Centralna izborna komisija BiH je informaciju od Transparency International BiH ocijenila kao inicijativu za pokretanje postupka u cilju zaštite izbornog procesa kao javnog interesa, te je shodno članu 115 stav 1. Zakona o upravnom postupku predmetni postupak vodila po službenoj dužnosti. Stoga, neosnovani su navodi podnosioca žalbe, da je prijava Transparency International BiH neblagovremena u smislu člana 6.2 Izbornog zakona BiH, cijeneći da je postupak pokrenula i vodila Centralna izborna komisija BiH po službenoj dužnosti.

Nadalje, nakon ocjene navoda iz izjašnjenja subjekta SDBiH, te uvida u screenshot objave na društvenoj mreži Facebook, Centralna izborna komisija BiH je utvrdila činjenicu da je vođena plaćena izborna kampanja prije službenog početka izborne kampanje, jer je u konkretnom slučaju na spornoj facebook-objavi navedeno da je sponzorirana, što predstavlja jasan dokaz plaćene izborne kampanje.

Na ovaj način utvrđene su sve činjenice relevantne za utvrđivanje odgovornosti političkog subjekta za kršenje Izbornog zakona BiH, a odnose se na činjenicu da je objava na društvenoj mreži radnja usmjerena na upoznavanje birača sa programom, da je izvršena prije službenog početka kampanje i da se radi o sponzoriranoj objavi, dakle, plaćenju kampanji. Time je i prema zaključku Suda postupljeno suprotno članu 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, a žalbeno rješenje pravilnom primjenom navedene odredbe utvrdilo je odgovornost političkog subjekta za kršenje zakonskih odredbi koje je počinio politički subjekt, kome je osnovano izrekla novčanu kaznu primjenom člana 6.7 stav 1. i člana 19.9 stav 1. tačka t) citiranog zakona.

Prilikom odmjeravanja visine izrečene novčane kazne Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine cijenila je da je izrečena minimalna novčana kazna adekvatna učinjenom prekršaju i da će se njom ostvariti svrha kažnjavanja, na koji način su cijanjene sve okolnosti relevantne za određivanje visine novčane kazne.

S obzirom na navedeno, po ocjeni ovog vijeća, pobijana Odluka Centralne izborne komisije BiH je pravilna i zakonita, a žalba neosnovana, pa ju je primjenom odredaba člana 81. stav 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 osnovu člana 6.6 stav (1), člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 postupajući po prigovoru političkog subjekta Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, u postupku utvrđivanja kršenja člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090) odgovoran je što je S. M., kandidat ovog 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 21. 09. 2020. godine putem emaila pokret.pomak@gmail.com primila od Pokret za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK prigovor u kojem se navodi da je kandidat SDA – Stranka demokratske akcije za gradonačelnika Grada Bihaća i Gradskog odbora SDA Bihać vodio plaćenu izbornu kampanju putem društvene mreže Facebook, te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama **člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine**. Uz prigovor su priloženi i snimci sponzoriranih objava.

Prigovor je dopušten, podnijelo ga je ovlašteno lice i blagovremen.

Postupajući po prigovoru u smislu člana 6.3. stav 2) Izbornog zakona BiH, Centralna izborna komisija BiH je u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-976/20 od 24. 09. 2020. godine, prigovor dostavila političkom subjektu SDA – Stranka demokratske akcije na izjašnjenje, kao i da se na navode iz prigovora posebno izjasni njegov kandidat S. M. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom su roku, dana 26. 09. 2020. godine, SDA – Stranka demokratske akcije, OO Stranke demokratske akcije Bihać i kandidat S. M. elektronskim putem dostavili izjašnjenja na navedeni prigovor u kojim navode da odbacuju navode iz prigovora, te da sve aktivnosti poduzimaju isključivo po principu vladavine prava i poštivanje pravnog poretka države Bosne i Hercegovine, kao i da one nisu u suprotnosti sa Izbornim zakonom BiH.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) propisano je da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljene screenshotove sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije **odgovoran** za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je S. 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 da je sponzorirana, što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimke navedenih objava na društvenim mrežama, proizilazi nesporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenog početka izborne kampanje na način da je S. M., kandidat političkog subjekta SDA – Stranka demokratske akcije, upoznavao birače

i javnost sa svojom kandidaturom za gradonačelnika Grada Bihaća i Gradskog odbora SDA Bihać.

Odgovornost političkog subjekta SDA – Stranka demokratske akcije zasniva se na činjenici da je S. M. kao kandidat predložen i ome ovog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020.godine za gradonačelnika Grada Bihaća.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava S. M. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila 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

R J E Š E N J E

Žalba se uvažava, Odluka Centralne izborne komisije, broj 05-1-07-5-1026/20 od 14. 10. 2020. godine, poništava i predmet vraća na ponovno odlučivanje Centralnoj izornoj komisiji BiH.

O b r a z l o ž e n j e

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum navedeni u uvodu, izrečena je novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM političkom subjektu Stranci demokratske akcije – SDA, na osnovu utvrđene odgovornosti što je S. M., kandidat ovog političkog subjekta za gradonačelnika Grada Bihaća i gradskog odbora SDA Bihać, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije njenog službenog početka.

U obrazloženju sporne odluke Centralna izborna komisija navodi da je, postupajući po prigovoru Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, utvrdila kršenje odredbe člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona BiH, s obzirom na to da je uvidom u spis predmeta i dostavljene screenshotove utvrđeno da je S. M., kandidat SDA za gradonačelnika Grada Bihaća, vodio plaćenu izbornu kampanju, putem društvene mreže Facebook i to prije početka kampanje.

Žalba je osnovana.

U predmetnom slučaju, Apelacionog vijeća je uvidom u prigovor utvrdilo da je podnesen dana 21. 09. 2020. godine od Pokreta za modernu i aktivnu Krajinu – POMAK, a razlog podnošenja je uočena povreda Izbornog zakona iz poglavlja 16, član 16.14 koju je učinio S. M., kandidat za Gradonačelnika Grada Bihaća ispred SDA. Uočene povrede izvršene su na dana 03. 09. 2020. godine i prema navodima iz prigovora dana 21. 09. 2020. godine.

Odredbe člana 6.2 stav 1. Izbornog zakona BiH propisuje da birač i politički subjekt čije je pravo ustanovljeno ovim zakonom, povrijeđeno, može izbornoj komisiji uložiti prigovor najkasnije u roku od 48 sati, odnosno u roku od 24 sata u izbornom periodu od učinjene povrede, osim ako ovim zakonom nije drugačije određeno.

Prigovor se podnosi na obrascu koji propiše CIK BIH i sadrži kratak opis učinjene povrede i priloge koji potvrđuju navode prigovora. Mora ga potpisati podnosilac prigovora. Stavom trećim navedenog člana je propisano da CIK BIH utvrđuje proceduralna uputstva za rješavanje po prigovorima podnesenim izbornim komisijama. Stavom četvrtim je propisano da će se prigovor koji je prema članu 6.2 ovog zakona podnijelo neovlašćeno lice ili je prigovor podnesen neblagovremeno ili je nepotpun, odbaciti.

Prema shvatanju Apelacionog vijeća, nakon primitka prigovora CIK BIH je bila dužna da, prije utvrđivanja osnovanosti iznesenih tvrdnji u prigovoru oko povrede člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona BiH, provjeri blagovremenosti podnesenog prigovora, kako to propisuje odredba člana 6.2 stav 41. Izbornog zakona BiH. Potom se treba utvrditi da je blagovremen i da ga je podnijelo ovlašćeno lice, može pristupiti njegovom rješavanju primjenom odredbe člana 6.3 Izbornog zakona BiH.

Iz stanja spisa proizlazi da je podnosilac prigovora uz njega dostavio 2 priloga iz kojih je vidljivo da se radi o ličnom profilu kandidata Stranke demokratske akcije za Gradonačelnika Grada Bihaća S. M., i to u periodu prije službenog početka kampanje, kao i da se radi o sponzoriranim, odnosno plaćenim oglasima. Međutim, u oba dostavljena priloga nedostaju datumi iz kojih bi bilo vidljivo od kada sporne objave datiraju.

Osnovana žalba ukazuje da CIK BiH nije vodila dovoljno računa o blagovremenosti podnesenog prigovora, odnosno o datumima objava u odnosu na činjenicu da je prigovor tek dana 21. 09. 2020. godine. Naime, iz materijalnih dokaza koji su dostavljeni Sudu, kao prilozi izjašnjenja CIK-a, vijeće je utvrdilo da su evidentirane dvije objave na Facebooku, ali jedna koja datira od 03. 09. 2020. godine, a druga koja datira od 14. 09. 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 datume od kada datiraju, usljed čega je bilo nemoguće utvrditi po osnovu kojih

dokaza i dostavljenih screenshotova je Centralna izborna komisija utvrdila da je podneseni prigovor blagovremen.

Slijedom navedenog, nedavanjem jasnih i pravilnih razloga oko ocjene blagovremenosti prigovora, po shvatanju Apelacionog vijeća, CIK BiH je donijela odluku koja nije pravilna jer nisu u postupku pravilno utvrđene sve odlučne činjenice koje ukazuju na blagovremenost podnesenog prigovora. Apelaciono vijeće zapaža da je u samom prigovoru navedeno da je povreda učinjena dana 21. 09. 2020. godine, odnosno na isti dan kada je i prigovor podnesen. Navedenu činjenicu, Centralna izborna komisija BiH je paušalno cijenila, navodeći u izjašnjenju dostavljenom Sudu da je prigovor blagovremen iz prostog razloga jer je dostavljen istog dana kada je i povreda učinjena, bez da uopće posjeduje dokaz o vremenu učinjenja povrede i bez da takav dokaz dostavi Sudu, radi ocjene osnovanosti izjavljene žalbe. Uz sve istaknute činjenice, žalilac, također, čini nespornim objavu od 19. 09. 2020. godine, međutim CIK ni za ovu objavu Sudu ne dostavlja bilo kakav materijalni dokaz po osnovu kojeg bi se mogla eventualno cijeniti blagovremenost prigovora. Na sve naprijed istaknuto osnovano žalilac ukazuje žalbenim navodima.

Naime, nakon što je Apelaciono vijeće izvršilo uvid u fotokopiju priloga dostavljenih uz prigovor, zaključeno je da je samo na dva priloga naznačeno vrijeme i datum objave, i to 03. 09. 2020. godine u 22:01 h i 14. 09. 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 datuma i sata kada je učinjena povreda, pa se stoga ne može zaključiti na koji način je CIK BiH utvrdila da se radi o plaćenom oglašavanju na facebook stranici S. M. na dane 03. 09. 2020. godine i 21. 09. 2020. godine.

Stoga, ovo je vijeće utvrdilo da su žalbeni navodi kojim se ukazuje na nepravilnosti pobijane odluke u pogledu pravilne ocjene blagovremenosti podnesenog prigovora osnovani.

Radi gore izloženog, Apelaciono vijeće je osporenu odluku ocijenilo u nepravilnom i nezakonitom, te je poništilo i vratilo predmet CIK BiH na ponovno postupanje primjenom odredbe člana 81. stav 1. i 2, a u vezi sa članom 37. stav 3. Zakona o upravnim sporovima BiH ("Službeni glasnik" BiH, broj 19/02 do 74/10).

Slučaj 9 – SDA – Stranka demokratske akcije (A. H.)

Na osnovu člana 6.6 stav (1), člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 postupajući po prigovoru političkog subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH, u postupku utvrđivanja kršenja člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije (kod 00090), odgovoran je što je A. H., kandidat ovog političkog subjekta za Općinsko vijeće Lukavac, 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 29. 09. 2020. godine putem pošte primila prigovor političkog subjekta Socijaldemokrate Bosne i Hercegovine SDBiH u kojem se navodi da 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 člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnijelo ga je ovlašteno lice i blagovremen.

Postupajući po prigovoru, Centralna izborna komisija BiH je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-993/20 od 30. 09. 2020. godine, prigovor dostavila političkom subjektu SDA – Stranka demokratske akcije na izjašnjenje, kao i da se na navode iz prigovora posebno izjasni njegov kandidat A. H. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom su roku, dana 01. 10. 2020. godine, SDA – Stranka demokratske akcije i kandidat A. H. elektronskim putem dostavili izjašnjenja na navedeni prigovor u kojim navode da odbacuju navode iz prigovora, da prigovor nije blagovremen, da su neosnovani navodi podnosioca prigovora, te da je kandidat A. H. na društvenoj mreži Facebook samoinicijativno i bez saglasnosti političkog subjekta objavio oglas koji politički subjekt SDA nije platio. Kandidat političkog subjekta A. H. u svojoj izjavi navodi da u momentu pravljenja facebook-stranice nije bio svjestan niti je imao saznanja da krši odredbe Izbornog zakona BiH sponzoriranjem objave kandidature. Osim toga, u izjavi navodi da preuzima svu odgovornost i da politički subjekt SDA nema odgovornosti.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je "zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora ("Službeni glasnik BiH", broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljenog screenshota sa društvene mreže Facebook, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politički subjekt SDA – Stranka demokratske akcije **odgovoran** za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer je A. H., 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 da je sponzorirana što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimak navedene objave na društvenoj mreži, proizilazi nesporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenog 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 političkog subjekta SDA – Stranka demokratske akcije zasniva se na činjenici da je A. H. kao kandidat predložen u ime ovog političkog subjekta i kao takav ovjeren za učešće na Lokalnim izborima 2020.godine za Općinsko vijeće Lukavac.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom sporne objave A. H. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila 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 Centralne izborne komisije, broj 05-1-07-5-993/20 od 14. 10. 2020. godine, poništava i predmet vraća na ponovno odlučivanje Centralnoj izbornoj komisiji BiH.

Obrazloženje

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine broj i datum navedeni u uvodu, izrečena je novčana kazna u iznosu od 1.000,00 KM političkom subjektu Stranci demokratske akcije – SDA, na osnovu utvrđene odgovornosti što je A. H., kandidat ovog političkog subjekta za Općinsko vijeće Lukavac, putem društvene mreže Facebook vođio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, primjenom odredbe člana 16.4 stav 3, i člana 19.9 stav 1. tačka t) Izbornog zakona BiH.

Protiv ove odluke, žalilac je blagovremeno podnio žalbu zbog povrede pravila postupanja, pogrešno i nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja i pogrešne primjene mate-

rijalnog prava. Smatra da je pobijana odluka nezakonita iz razloga što je prigovor neblagovremen jer je podnesen protekom roka propisanog odredbom člana 6.2 stav 1. Izbornog zakona BiH. Kako se radi o izbornom periodu, u smislu člana 1.1 stav 12.) Izbornog zakona BiH, taj rok iznosi 24 sata od učinjene povrede. Stoga je CIK BiH trebala odbaciti podneseni prigovor kao neblagovremen. Dalje, ističe da CIK BiH nije kod ocjene odgovornosti političke stranke u cijelosti utvrdila činjenično stanje iz odgovornosti političke stranke, za navodno kršenje člana 16.4 stav 3. Izbornog zakona BiH. Predlaže da Apelacioni odjel Suda BiH žalbu u cijelosti uvaži, poništi osporenu odluku, odnosno stavi je van snage ili uvaži žalbu, poništi odluku i predmet vrati CIK-u na ponovno odlučivanje.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine dostavila je ovom sudu odgovor na žalbu u kojem je predložila da se izjavljena žalba odbije kao neosnovana.

Žalba je neosnovana.

U predmetnom slučaju, Apelaciono vijeće je uvidom u prigovor utvrdilo da ga je podnio dana 29. 09. 2020. godine OO SDBiH, potpisao M. J., a razlog podnošenja su uočene povrede Izbornog zakona iz poglavlja 16, član 16.12, 16.14 i 16.15 koju je učinio A. H., kandidat za Općinsko vijeće Lukavac iz SDA, dana 21. 08. 2020. godine ostaje.

Odredba člana 6.2 stav 1. Izbornog zakona BiH propisuje da birač i politički subjekt, čije je pravo ustanovljeno ovim zakonom povrijeđeno, može izbornoj komisiji uložiti prigovor najkasnije u roku od 48 sati, odnosno u roku od 24 sata u izbornom periodu od učinjene povrede, osim ako ovim zakonom nije drugačije određeno.

Prigovor se podnosi na obrascu koji propiše CIK BiH i sadrži kratak opis učinjenje povrede i priloge koji potvrđuju navode prigovora. Mora ga potpisati podnosilac prigovora. Stavom trećim navedenog člana je propisano da CIK BiH utvrđuje proceduralne upute za rješavanje po prigovorima podnesenim izbornim komisijama. Stavom četvrtim je propisano da će se prigovor koji je prema članu 6.2 ovog zakona podnijelo neovlašteno lice ili je prigovor podnesen neblagovremeno ili je nepotpun, odbaciti.

Prema shvatanju Apelacionog vijeća, nakon primitka prigovora CIK BiH je bila dužna, prije utvrđivanja osnovanosti iznesenih tvrdnji u prigovoru oko povrede člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona BiH, provjeriti blagovremenost podnesenog prigovora, kako to propisuje odredba člana 6.2 stav 4(1). Izbornog zakona BiH. Potom se treba utvrditi da je blagovremen i da ga je podnijelo ovlašteno lice, te može pristupiti njegovom rješavanju primjenom odredbe člana 6.3 Izbornog zakona BiH.

Iz stanja spisa proizilazi da je podnosilac prigovora uz njega dostavio 4 priloga kojima dokazuje da 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 organ za koji se kandidira. Osnovano žalba ukazuje da CIK BiH nije vodila dovoljno računa da je

povreda Izbornog zakona nastala dana 21. 08. 2020. Godine, a da je prigovor podnesen tek dana 29. 09. 2020. godine. Nedavanjem jasnih i pravilnih razloga oko ocjene blagovremenosti prigovora, po shvatanju Apelacionog vijeća, CIK BiH je donijela odluku koja nije pravilna, jer nisu u postupku pravilno utvrđene sve odlučne činjenice koje ukazuju na blagovremenost podnesenog prigovora. Apelacionog vijeća zapaža da je u samom prigovoru navedeno da je povreda učinjena dana 21. 08. 2020. godine i navedena je riječ do danas. Pitanje postojanja kontinuiteta povrede koju je počinio A. H. mogla bi biti prihvaćena samo u situaciji da podnosilac prigovora to i dokaže, jer je to odlučna činjenica kod ocjene blagovremenosti podnesenog prigovora, o čemu CIK BiH nije dala dovoljno obrazložene razloge. Na gore navedeno osnovano žalilac ukazuje žalbenim navodima.

Naime, nakon što je Apelaciono vijeće izvršilo uvid u fotokopiju priloga dostavljenih uz prigovor, zaključilo je da je samo na prilogu pod brojem 2. naznačeno vrijeme i datum objave 21. 08. 2020. godine u 17.24 h. Na ostalim priložima (1,3,4) nema naznaka datuma i sata kada je učinjena povreda, pa se stoga ne može ni zaključiti na koji način je CIK BiH zaključila da se radi o kontinuiranom objavljivanju na facebook-stranici A. H. počev od 21. 08. 2020. godine pa do dana podnošenja prigovora 29. 09. 2020. godine.

Stoga je ovo vijeće utvrdilo da su žalbeni navodi kojim se ukazuje na nepravilnosti pobijane odluke u pogledu pravilne ocjene blagovremenosti podnesenog prigovora osnovani.

U konkretnom slučaju, nesporno je da je A. H., kandidat SDA za Općinsko vijeće Lukavac, putem društvene mreže Facebook 21. 08. 2020. godine objavio sadržaje koji su uvidom u priložene screenshotove imali naznaku “sponsored“ ili “plaćeni oglas“, a koje tvrdnje ne osporava ni sam kandidat političke stranke. U svojoj je izjavi potvrdio navode podnosioca prigovora navodeći da u momentu pravljenja facebook-stranice nije bio svjestan niti je imao saznanja da krši odredbe Izbornog zakona BiH sponzoriranjem objave kandidature, kao i da preuzima svu odgovornost, odnosno da SDA kao politički subjekt nema odgovornost.

Radi gore izloženog, Apelaciono vijeće je osporenu odluku CIK BIH, broj 05-1-07-1-998/20 od 01. 10. 2020. godine, ocijenilo nepravilnom i nezakonitom, te je poništilo i vratilo predmet na ponovno postupanje primjenom odredbe člana 81. stav 1 i 2 a u vezi sa članom 37. stav 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 osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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 člana 114, a u vezi sa članom 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 članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti, u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinila politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (kod 00515), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 72. sjednici, održanoj 03. 11. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik (kod 00515) je odgovorna što je S. R., predsjednik Glavnog izbornog štaba 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 hiljada konvertibilnih maraka).

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 12. 10. 2020. godine putem pošte primila od Transparency International Bosne i Hercegovine informaciju (u daljnjem tekstu: podnesak) u kojoj se navodi da je S. R., kandidat Saveza nezavisnih socijaldemokrata, platio sponzorirane objave u elektronskim medijima putem društvene mreže Facebook, te da je na taj način politička stranka postupila suprotno odredbama člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine. Uz informaciju su priloženi i snimci sponzoriranih objava.

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je dopušten, ali da ga je podnijelo neovlašteno lice, iz kojih razloga je u smislu člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Centralna izborna komisija BiH je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-1131-2/20 od 13. 10. 2020. godine, inicijativu dostavila političkoj stranci Savezu nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik da se izjasni na navode iz podneska, u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom je roku, dana 16. 10. 2020. godine, politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik elektronskim putem dostavila izjašnjenje na navedenu inicijativu u kojoj navode da dostavljena informacija/prigovor Transparency Internationala Bosne i Hercegovine nije dostavljena na zakonom propisanom obrascu. Osim toga, navode da nije tačno da je S. R. kandidat u ime Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik. Naime, ističu da imenovani nije kandidat na predstojećim Lokalnim izborima 2020. godine, nego je predsjednik Glavnog izbornog štaba SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine. S tim u vezi navode da kada se otvori zvanična stranica S. R., vidljivo je da se radi o privatnoj stranici imenovanog, da nije napravljena u svrhu promocije aktivnosti za predstojeće Lokalne izbore 2020. godine. U prilogu su dostavili i fotografiju/screenshot sa facebook-stranice S. R. i ističu da 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 članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je “zabranjeno je vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje.

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora (“Službeni glasnik BiH“, broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljene screenshotove sa društvenih mreža Facebooka, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik odgovorna za kršenje člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine**, jer je S. R. predsjednik Glavnog izbornog štaba SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno da je sponzorirana, što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

Isto tako, imajući u vidu citirane zakonske odredbe, kao i snimke navedenih objava na društvenim mrežama, proizilazi nesporna činjenica da je u konkretnom slučaju vođena plaćena izborna kampanja prije službenog početka izborne kampanje na način da je S. R., predsjednik Glavnog izbornog štaba SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine, platio izradu i objavu na društvenoj mreži Facebook. Naime, plaćena objava koju je izvršio član političke stranke, ne oslobađa odgovornosti samu političku stranku, posebno imajući u vidu da je konkretnom slučaju S. R. predsjednik Glavnog izbornog štaba SNSD-a za Lokalne izbore 2020. godine, i kao takav aktivno učestvuje u radu ove političke stranke, kao i postizanja ciljeva i zadataka utvrđenim statutom.

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

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je izrekla novčanu kaznu u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer smatra da je adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava S.R. na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog 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

R J E Š E N J E

Žalba Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik se uvažava i poništava odluka Centralne izborne komisije 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 Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum navedeni u uvodu, utvrđeno je da je politička stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik, odgovorna što je S. R, predsjednik Glavnog izbornog štaba za lokalne izborne 2020. godine ove političke stranke, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, pa mu je izrečena novčana kazna u iznosu od 1.000.00 KM (jedna hiljada konvertibilnih maraka).

Prema odredbama člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine (“Službenih glasnik BiH“, broj: 23/01 do 32/10) je “zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarinih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje”.

Prema stanju spisa, Centralna izborna komisija BiH je utvrdila da je politička stranka Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik odgovorna za kršenje člana 16.14 stav 3 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine (Izborni zakon) jer je S. R., predsjednik Glavnog izbornog štaba za Lokalne izborne 2020. godine, putem društvene mreže Facebook vodio plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje, jer je u konkretnom slučaju na spornoj facebook-objavi navedeno da je sponzorirana, što je nesporan dokaz plaćene izborne kampanje. Nadalje, pored slike S. R. istaknut je i sam naziv političkog subjekta – stranka Savez nezavisnih socijaldemokrata, zbog čega su prema shvatanju Centralne izborne komisije BiH, neosnovani navodi žalioaca da na facebook-stanici “S. R“ nije ni institucionalno ni finansijski povezana sa političkim subjektom Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik.

Po ocjeni Apelacionog vijeća ovog Suda, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je iz utvrđenih činjenica izvela pogrešan zaključak o postojanju odlučujućih

činjenica te je pogrešno primijenila i materijalno pravo kada je Savez nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik oglasila odgovornim za povrede odredbi člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine i izrekla mu novčanu kaznu.

U konkretnom slučaju, odlučna je činjenica da gospodin S. R. nije kandidat na Lokalnim izborima 2020. godine te da je predmetnom objavom na osnovu koje je donesena pobijana odluka Centralne izborne komisije, pozvao sa plaćene sopstvene facebook-stranice, a ne službene stranice političkog subjekta Saveza nezavisnih socijaldemokrata – SNSD – Milorad Dodik.

Naime, smisao odredbe člana 16.14 stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je zabranjena vođenje javne izborne kampanje prije službenog 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 počinuti povrede odredbi člana 16.14. stav 3. Izbornog zakona Bosne i Hercegovine jer se ne radi o medijskom predstavljanju, odnosno oglašavanju političkog subjekta Savez nezavisnih socijaldemokrata – SDS – Milorad Dodik, niti predstavljanju kandidata tog političkog subjekta. Irelevantno je što je S. R. predsjednik Glavnog izbornog štaba SNSD za Lokalne izbore 2020. godine i što se u pozadini njegove fotografije nalazi logo navedene stranke.

Iz navedenog razloga Apelaciono vijeće nalaže da je pobijana odluka Centralne izborne komisije u Bosni i Hercegovini, nepravilna i nezakonita, a žalba osnovana.

Slučaj 11 – Županijska neovisna lista

Na osnovu člana 6.6 stav (1), člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka 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) **odlučujući po prigovoru** političke stranke HDZ BiH – Hrvatska demokratska zajednica BiH u postupku utvrđivanja kršenja odredbi člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinila politička stranka Županijska neovisna lista (kod 02322), Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na 65. sjednici, održanoj 14. 10. 2020. godine, donijela

O D L U K U

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

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

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 24. 09. 2020. godine putem emaila zaprimila prigovor od političkog subjekta HDZ BiH – Hrvatska demokratska zajednica BiH u kome se navodi da 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 **člana 16.14 stav (3) Izbornog zakona** Bosne i Hercegovine. Uz prigovor je priložen i snimak sponzorirane objave.

Prigovor je dopušten, podnijelo ga je ovlašteno lice i blagovremen.

Centralna izborna komisija BiH je, u skladu sa članom 6.3 stav (2) Izbornog zakona BiH aktom, broj: 05-1-07-5-981/20 od 28. 09. 2020. godine, prigovor dostavila navedenoj političkoj stranci na izjašnjenje u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

U blagovremenom roku, dana 29. 09. 2020. godine, politička stranka Županijska neovisna lista je elektronskim putem dostavila izjašnjenje na prigovor u kojem navode da su nakon što su primijetili navedeni propust upozorili osobu koja tehnički uređuje facebook-stranicu da nije dozvoljeno plaćeno političko oglašavanje u ovom periodu, nakon čega je otklonjen navedeni propust. Nadalje ističe da je ova politička stranka relativno nova koja djeluje na području Hercegbosanskog kantona.

Također, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 28. 09. 2020. godine putem emaila zaprimila odgovor od G. T., u kome navodi da ga je kao grafičkog dizajnera angažirala Županijska neovisna 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 da ga je nakon uočene greške upozorio predsjednik Županijske neovisne liste te je za taj oglas blokirao budžet. Za oglas je utrošeno skromnih 0,98 USD (1,64 BAM) i prikazan je nekoliko desetaka puta sa ukupno 11 angažmana prije nego je blokiran.

Odredbom članom 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine je, između ostalog, propisano da je "zabranjeno vođenje plaćene izborne kampanje putem elektronskih i printanih medija, ili bilo kojeg oblika plaćenog javnog oglašavanja, osim održavanja internih skupova organa i statutarnih tijela političkih subjekata, u periodu od dana raspisivanja izbora do dana službenog početka izborne kampanje".

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

Odredbom člana 2. stav (1) tačka a) Pravilnika o medijskom predstavljanju političkih subjekata u periodu od dana raspisivanja izbora do dana održavanja izbora ("Službeni glasnik BiH", broj 29/18) je propisano da je izborna kampanja period 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 tačkom f) da političko oglašavanje podrazumijeva emitiranje i objavljivanje oglasa, javnih poziva, spotova i bilo kojeg drugog vida javnog oglašavanja političkog subjekta i tačkom 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 kompletan spis predmeta i dostavljene screenshot sa društvene mreže Facebooka, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine **je utvrdila da je** politička stranka Županijska neovisna lista **odgovorna za kršenje člana** 16.14 stav (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je na svom facebook-profilu vodila plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje.

U konkretnom slučaju, na spornoj Facebook objavi je navedeno da je sponzorirana, što je nesporan dokaz vođenja plaćene izborne kampanje.

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

Odgovornost ove političke stranke ne umanjuje činjenica da "nakon što je primijećeno da je objava sponzorirana upozorena osoba koja tehnički uređuje facebook-stranicu", kao ni činjenica da je "greškom grafičkog dizajnera kliknuo na promoviranje oglasa", s obzirom na to da se radi o političkoj stranci koja je ovjerena za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine i kao ovjerena politička stranka bi trebala biti upoznata sa pravilima izbornog procesa.

Kod odmjeravanja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je kao olakšavajuću okolnost uzela u obzir priznanje ovog političkog subjekta da je izvršio plaćeno oglašavanje iz kojih razloga je i izrečena novčana kazna u minimalnom iznosu u smislu člana 19.9 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine.

Iz ovih razloga Centralna izborna komisija BiH smatra da je novčana kazna izrečena u dispozitivu odluke adekvatna učinjenom prekršaju i da će se izrečenom novčanom kaznom postići svrha kažnjavanja.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i posebno ocjenom spornih objava političke stranke Županijske neovisne liste na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka t) Izbornog zakona BiH, odlučila kao u dispozitivu odluke.

Slučaj 11 – Županijska neovisna lista – Na odluku CIK BiH nije bilo žalbe.

Slučaj 12 – Demokratska fronta-Građanski savez (A. P.)

Na osnovu člana 6.2, člana 6.7 stav (1) tačka 1) i člana 19.9 stav (1) tačka j) i stava (4) 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), člana 114, a u vezi sa članom 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 člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, postupajući po službenoj dužnosti u predmetu kršenja Izbornog zakona Bosne i Hercegovine koji je počinio politički subjekt Demokratska fronta-Građanski savez (kod 02930) i A. P., kandidatkinje ovog političkog subjekta, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine na 58. sjednici, održanoj 29. 09. 2020. godine, d o n i j e l a

O D L U K U

(1) Politički subjekt Demokratska fronta-Građanski savez (kod 02930) odgovoran je što je A. P., kandidatkinja ovog političkog subjekta na svom facebook-profilu dana 23. 08. 2020. godine, koristila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, pa mu se izriče:

- novčana kazna u iznosu od 1.500,00 KM (slovima: jedna hiljada 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 da je A. P., kandidatkinja političkog subjekta Demokratska fronta- Građanski savez za načelnicu Općine Novo Sarajevo, dana 23. 08. 2020. godine na svom facebook-profilu, koristila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, pa joj se izriče:

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

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

O b r a z l o ž e n j e

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je dana 27. 08. 2020. godine primila od Organizacionog odbora Bh. povorke ponosa žalbu (u daljnjem tekstu: podnesak) putem emaila, u kojoj se navodi da je A. P. na svom facebook-profilu objavila status u kojem je Bh. povorku ponosa nazvala povorkom stida, koji su prenijeli i pojedini mediji.

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

Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je, imajući u vidu odredbu člana 6.2 stav (1) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, u postupku ispitivanja formalno pravne strane podneska utvrdila da je dopušten, ali da ga je podnijelo neovlašteno lice, iz kojih razloga je u smislu člana 6.2 stav (2) i (3) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine predmetni podnesak cijenila kao inicijativu za pokretanje postupka i postupak vodila po službenoj dužnosti.

Postupajući po navedenoj inicijativi, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je nakon prijema, u skladu sa zakonskom procedurom, aktom broj: 05-1-07-5-772-2/20 od 04. 09. 2020. godine, inicijativu dostavila navedenom političkom subjektu na izjašnjenje, 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 blagovremenom roku, dana 08. 09. 2020. godine, elektronskim putem dostavio izjašnjenje na navedenu inicijativu u kojoj navodi da navedeni istup nema niti jednu dodirnu tačku sa politikama ovog političkog subjekta, među kojima značajno mjesto zauzima borba za prava svih marginaliziranih društvenih grupa u koje spada i LGBTIQ zajednica. Isto tako, u izjašnjenju je politički subjekt uputio izvinjenje zbog nesmotrenog i ničim izazvanog istupa njihove članice.

S obzirom na to da u navedenom roku nije dostavljeno izjašnjenje A. P., kandidatkinje političkog subjekta Demokratska fronta-Građanski savez, Centralna izborna komisija BiH je aktom, broj: 05-1-07-5-772-4/20 od 14. 09. 2020. godine, ponovno tražila izjašnjenje kandidatkinje A. P. u roku od 24 sata od prijema obavijesti.

Dana 15. 09. 2020. godine je kandidatkinja A. P. dostavila izjašnjenje u kojem navodi da njen istup nema niti jednu dodirnu tačku sa politikama političkog subjekta čija je kandidatkinja, među kojima značajno mjesto zauzima borba za prava svih marginaliziranih društvenih grupa u koje spada i LGBTIQ zajednica. Nadalje navodi da ni na koji način ne smatra da je ugrožavanje prava LGBTIQ populacije opravdano.

Odredbom člana 7.3 stav (1) tačka 7. Izbornog zakona BiH propisano je da “kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi nezavisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i nezavisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način angažiranim u izornoj administraciji nije dozvoljeno:

- koristiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, ili objavljivati ili upotrebljavati slike, simbole, audio i videozapise, SMS, internet-komunikacije ili druge materijale koji mogu tako djelovati.“

Uvidom u kompletan spis predmeta, status sa facebook-profila i članak iz dnevnih novina “Oslobođenje“ od 24. 08. 2020. godine, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je utvrdila da su politički subjekt Demokratska fronta-Građanski savez i njegova kandidatkinja A. P. odgovorani za kršenje člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, jer je Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine izjavu A. P. na facebook-profilu ocijenila kao jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje prema LGBTIQ osobama.

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

Naime, prilikom podnošenja prijave političkog subjekta Demokratska fronta-Građanski savez, ovlašteni predstavnik ovog političkog subjekta kao i njegova kandidatkinja A. P., u skladu sa članom 1.13 Izbornog zakona Bosne i Hercegovine potpisali su izjave da će se u svojim aktivnostima u potpunosti pridržavati Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini.

Aneksom 6. Općeg okvirnog sporazuma za mir u Bosni i Hercegovini – Sporazuma o ljudskim pravima su zagwarantirana osnovna prava i slobode, među kojima je osigurano uživanje prava i sloboda bez diskriminacije po osnovu spola, rase, boje kože, jezika, vjeroispovijesti, političkog i drugog opredjeljenja, nacionalnog ili društvenog porijekla,

pripadnosti nacionalnoj manjini, vlasništva, rođenja i drugog statusa, što ukazuje da je kandidatkinja A. P. svojim istupom povrijedila osnovna 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 Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je cijenila i Preporuke Komiteta ministara Vijeća Evrope o govoru mržnje kojim ističu da jezik mržnje podrazumijeva sve vrste izražavanja jezika mržnje koje šire ili potiču, promoviraju ili opravdavaju rasnu, spolnu, vjersku itd..., kao i druge oblike mržnje zasnovane na netoleranciji, uključujući i netoleranciju izraženu kao agresivnu prijetnju i neprijateljstvo.

Svojim navodom u objavi na facebook-profilu navedena kandidatkinja je nedvosmisleno imala namjeru da svojim porukama širi 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 grupi.

U objavi na facebook-profilu A. P. je izražena netolerancija i radi se o zabranjenom ponašanju, jer to zbog izraženog neprijateljstva može u konačnici potaći nasilje prema o LGBTIQ populaciji. Osim što ima karakter omalovažavanja i vrijeđanja, jezik mržnje zastrašuje pojedinca ili grupu.

Stoga ovakvo ponašanje ne može biti tolerirano u izbornoj kampanji, ali ni van službenog perioda od 30 dana izborne kampanje. Naime, Bosna i Hercegovina je pogodno tlo za širenje mržnje, posebno na vjerskoj, nacionalnoj pa i rodnoj osnovi. U konkretnom slučaju prekršena su pravila putem internetske komunikacije, a imajući u vidu da je Facebook internetska mreža koja je pristupačna ogromnom broju ljudi i ima veliki broj korisnika, njena upotreba 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 perioda kampanje (30 dana do dana izbora) i tek kada izborna kampanja zvanično počne povedu računa o svom govoru i javnom nastupu da ne bi bili izloženi sankciji. Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine ima odgovornost da ove pojave sprečava i ne dozvoli 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 grupe LGBTIQ populacije koju naziva "povorkom stida", i kako se ovim govorom javno, putem društvene mreže izaziva mržnja prema pojedincima ili grupi sa ciljem propagande netrpeljivosti prema drugima, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine nije mogla, a da ne cijeni da ova izjava

ujedno potiče i opravdava napad na seksualnu orijentaciju i diskriminira pripadnike te grupe, što je današnjem društvu nedopustivo.

Kod odmjerenja visine novčane kazne, Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine je uzela u obzir težinu učinjene povrede u odnosu na prava i slobode zagarantirana Općim okvirnim sporazumom za mir u Bosni Hercegovini, prema drugom i drugačijem, kao i da je olakšavajuću okolnost cijenila izjašnjenje i izvinjenje političkog subjekta Demokratska fronta-Građanski savez te smatra da je izrečena novčana kazna srazmjerna učinjenom prekršaju.

Na osnovu naprijed izloženog i savjesne i brižljive ocjene svakog postojećeg dokaza posebno, i svih dokaza zajedno i ocjenom sporne izjave A. P. u iznesenom kontekstu, na način suprotan izričitoj zakonskoj zabrani, Centralna izborna komisija BiH je na osnovu člana 6.7 stav (1) tačka 1), člana 19.9 stav (1) tačka j) i člana 19.9 stav (4) Izbornog zakona Bosne i Hercegovine, odlučila 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 Centralne izborne komisije, broj 05-1-07-5-986/20 od 29. 09. 2020. godine, se poništava.

Obrazloženje

Odlukom Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, broj i datum navedeni u uvodu, utvrđeno je da je politički subjekt Demokratska fronta-Građanski savez (kod 02930) odgovoran što je A. P., kandidatkinja ovog političkog subjekta, na svom facebook-profilu dana 23. 08. 2020. godine koristila jezik mržnje, pa mu je izrečena novčana kazna u iznosu od 1.500,00 KM, koje će platiti članice ove koalicije Demokratska fronta i Građanski savez, u iznosu po 750,00 KM. Drugim stavom odluke utvrđeno je da je A. P., kandidatkinja političkog subjekta Demokratska fronta i Građanski savez za načelnicu Općine Novo Sarajevo, dana 23. 08. 2020. godine na svom facebook-profilu koristila jezik koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje, pa joj je na osnovu odredbe člana 6.7 stav 1. tačka i člana 19.9 stav 1. tačka j) i stav 4. izrečena kazna u iznosu od 3.000,00 KM.

Žalba je osnovana.

Članom 7.3. stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH je propisano da kandidatima i pristalicama političkih stranaka, listi nezavisnih kandidata, listi pripadnika nacionalnih manjina i koalicija, kao i nezavisnim kandidatima i njihovim pristalicama, te zaposlenima ili na drugi način u izornoj administraciji angažiranim nije dozvoljeno koristiti se jezikom koji bi nekoga mogao navesti ili potaći na nasilje ili širenje mržnje ili objavljivati ili upotrebljavati slike, simbole, audio i video zapise, SMS, internet-komunikacije ili druge materijale koji mogu tako djelovati.

Osnovano žaliteljica u žalbi ističe da je CIK BiH nepravilno primijenila odredbu člana 7.3 stav 1. tačka 7. Izbornog zakona BiH, zanemarujući da je navedena odredba smještena u poglavlje 7. Izbornog zakona kojim se reguliraju pravila ponašanja u izornoj kampanji.

Izborna kampanja počinje 16. 10. 2020. godine i traje 30 dana, a sporna objava na facebook-statusu A. P. je objavljena dana 23. 08. 2020. godine, a članak u dnevnom listu "Oslobođenje" dana 24. 08. 2020. godine. Sama ova činjenica je dovoljna za utvrđenje nezakonitosti pobijane odluke i u tom dijelu, jer je primijenjena odredba koja nije mogla biti, s obzirom na to da se ona primjenjuje, kao što je već navedeno, samo u periodu izborne kampanje.

CIK BiH pogrešno smatra da je mogla primjeniti navedenu odredbu i za pravila ponašanja učinjena van perioda 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 da je određuje i mjesto i poglavlje u kojem se nalazi. Stoga, i ovlaštenje CIK BiH iz člana 6.7. Izbornog zakona BiH se u konkretnom slučaju može posmatrati samo u odnosu na period izborne kampanje, odnosno povredu pravila ponašanja u izornoj kampanji.

To znači da sadržaj objave na facebook-statusu žaliteljice nije mogao biti cijenjen u smislu člana 7.3 stav (1) tačka 7) Izbornog zakona BiH. Naime, cijeneći period objave, Apelaciono vijeće zaključuje da je žaliteljica istupala sa pozicije građanina na svom facebook-profilu, odnosno sadržaj objave je izrečen u njeno lično ime i ona se svojom izjavom datom CIK BiH ogradila od kolektivnog stava političkog subjekta čiji je kandidat. Vrijeme objave statusa 23. 08. 2020. godine upućuje na zaključak da ona još uvijek nije politički označena, s obzirom na to da je prema Uputstvu o rokovima i redosljedu izbornih aktivnosti za Lokalne izbore 2020. godine, član 2. tačka 2. – Podnošenje kandidatskih listi, propisano da se konačna ovjera kandidatskih listi vrši do 11. 09. 2020. godine, a da se objava vrši do 01. 10. 2020. godine. Od trenutka kada se objavi da je neko na kandidat-skoj listi, ta osoba ima veći stepen odgovornosti i poznata je javnosti.

Odlučna činjenica za uvažavanje izjavljene žalbe jeste ta da je CIK BiH svojom odlukom ispitivao navedenu povredu sa aspekta zabranjenog govora (govora mržnje) u periodu kada nije počela izborna kampanja. Stoga, prema shvatanju Apelacionog vijeća, u predmetnom slučaju ne može biti riječ o povredi izborne kampanje, kao niti izborne odgovornosti jer taj period 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 istaći da to ne znači da je ovaj sud utvrdio da je CIK BiH nepravilno utvrdila činjenice vezane za zabranjeni govor, koji su sadržani u spornoj objavi na facebook-statusu žaliteljice. Ovo samo znači da postojanje ove povrede CIK BiH nije mogao utvrđivati van perioda izborne kampanje primjenjujući odredbe kojima se reguliraju pravila ponašanja tokom izborne kampanje.

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

Kako je odgovornost političkog subjekta Demokratska fronta-Građanski savez isključivo zasnovana na odgovornosti njenog kandidata, to je Apelaciono vijeće Suda BiH u postupku utvrdilo da kako ne postoji odgovornost kandidata, samim tim je nezakonita odluka u stavu prvom u kojem politički subjekt oglašen odgovornim i izrečena im je novčana kazna.

Iz svih navedenih razloga ovo vijeće nije cijeno 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 da je materija upotrebe socijalnih mreža u izbornom procesu u Bosni i Hercegovini još uvijek do kraja neistraženo polje, pa je neophodno nastaviti sa analizom pravnog okruženja, sudskih predmeta i utvrđene prakse, kako u djelovanju političkih subjekata, tako i u proceduri postupanja Centralne izborne komisije BiH i Apelacionog odjela Suda BiH.

Također, može se izvući zaključak da je pravni okvir za postupanje političkih subjekata, s jedne strane, te Centralne izborne komisije BiH, s druge strane, još uvijek nedovoljno precizan i dovoljan, te ne odgovara na nove izazove koje nudi online politička kampanja, tj. digitalna kampanja koja se vodi na internetu putem široke lepeze socijalnih mreža i drugih oblika savremene digitalne političke komunikacije.

Zbog toga je potrebno provesti široku raspravu u bosanskohercegovačkom društvu o ulozi političkih aktera na socijalnim mrežama. Rezultat takve diskusije i neophodnih pravnih i političkih analiza treba biti izrada novih i dopuna postojećih pravnih propisa kojima bi se kompletirao pravni okvir za postupanje političkih subjekata, organa za provođenje izbora i pravosudnih institucija u pogledu djelovanja političkih subjekata na socijalnim 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 garantirati i povećati provjerljivost online političkih kampanja, onemogućiti obmanu ili prevaru, strogo sankcionirati plasiranje lažnih vijesti i osigurati da se precizno može utvrditi iz kojih izvora je plaćeno političko oglašavanje na socijalnoj mreži.

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

Nove digitalne tehnologije i korištenje socijalnih mreža u političkom djelovanju predstavljaju novi izazov za demokraciju generalno, a za bosanskohercegovačko okruženje naročito, jer mijenjaju način komunikacije političkih stranaka sa biračima, kao i način odvijanja političkih kampanja i znatno utječu na izbornu volju biračkog tijela i njihovo ponašanje u izbornom procesu. S druge strane, organi za provođenje izbora izražavaju potrebu za preciznijom i proširenijom regulativom u ovoj oblasti.

• U Evropskoj uniji vodi se diskusija i priprema paket zakona o digitalnim uslugama (Digital Service Act Package) i Akcioni plan Evropske demokracije (European Democracy Action Plan) koji, između ostalog, imaju za cilj i uređenje oblasti online političkog oglašavanja. Bosna i Hercegovina ne smije kasniti u toj oblasti. Potrebno je da se nadležna državna

tijela Bosne i Hercegovine uključuje i aktivno prate proces usvajanja paketa ovih zakona i promptno reaguju donošenjem domaćih propisa u skladu sa rješenjima koja budu usvojena unutar Evropske unije. U tom kontekstu ključno je da se postigne interoperabilnost baza podataka i razmjena ideja, kao i zauzimanje jedinstvenih stavova nadležnih 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 korištenja lažnih vijesti koje mogu u nekim slučajevima, ne samo kratkoročno, izazvati strašne posljedice.

Slijedom Kodeksa Evropske 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 stepenu transparentnosti u političkim oglašavanjima i političkoj komunikaciji. U BiH bi se taj dokument mogao nazvati Kodeks dobrog vladanja na socijalnim mrežama u periodu izborne kampanje.

- Posebna pažnja u BiH se mora posvetiti zaštiti osobnih podataka na socijalnim mrežama (online). Na nivou Evropske unije relevantna 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 osnovu za unapređenje rješenja iz oblasti digitalne izborne kampanje. Ključni napredak se treba ostvariti u dosljednoj primjeni individualnog pristanka za prikupljanje i obradu osobnih podataka, postavljajući ograničenja za političke stranke u pogledu digitalnog mikrociljanja.

- Na kraju, dosadašnja diskusija i primjeri iz prakse Centralne izborne komisije BiH i Apelacionog odjela Suda BiH zahtijevaju što hitnije pravno definiranje “govora mržnje“ u izbornom zakonodavstvu BiH. Niti jedan oblik “govora mržnje“ se ne smije tolerirati, bilo da se plasira offline ili online. U kontekstu ove studije, uvredljiv, nasilnički ili prijeteci govor ili objava online koja izražava predrasude ili mržnju prema pojedincima ili grupi 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 postovi na mreži (online) koji koriste “govor mržnje“, kao takvi namijenjeni su ponižavanju i zlostavljanju drugog. Ili ako se upotrebljava surovi i pogrdni jezik na temelju stvarne ili navodne pripadnosti nekoj društvenoj grupi, odnosno napada se osoba ili grupa na temelju svojstva kao što je rasa, etničko porijeklo, religija, nacionalno porijeklo, spol, invalidnost, seksualna orijentacija ili rodni identitet, zahtijevaju nultu toleranciju organa za provođenje izbora i energične mjere prema onima koji koriste “govor mržnje“ općenito, a posebno u izbornom procesu.

10. SMJERNICE ZA IZBORNE AKTERE

1. Kampanja o vašim principima, idealima, programu i kandidatima se može voditi svaki dan, ali nije Izbornim zakonom BiH dozvoljeno voditi plaćenu izbornu kampanju prije službenog početka izborne kampanje. Zato je potrebno uzdržati se od plaćene kampanje kako putem socijalnih mreža, tako i putem svih drugih oblika plaćenog oglašavanja.
2. Održavanje i osvježavanje službene web-stranice političkog subjekta u 21. stoljeću je elementarni zahtjev i *conditio sine qua non* moderne političke komunikacije između političkog subjekta i njegovog biračkog tijela. Zato izradi, održavanju i osvježavanju vašeg web-sajta posvetite maksimalnu pažnju.
3. Elektronska pošta je temelj savremene komunikacije i prijenosa službenih informacija, dostave i prijema službenih dokumenata, press saopćenja, davanja obavezujućih uputstava ograncima stranke, članstvu, pristalicama i simpatizerima. Zato obavezno formirajte vašu mailing listu i komunicirajte sa službene email adrese sa vašim članstvom, rukovodiocima ogranaka stranke, zastupničkim i vijećničkim klubom, organizacionim oblicima unutar stranke i ostalim ključnim donosiocima odluka u stranci. Pri tome, službene mailing-adrese strukturirajte tako da budu jednostavnog naziva i usmjerene na prijem samo one pošte koja je naslovljena na tu adresu.
4. Redovno provjeravajte spam ili junk neželjenu elektronsku poštu te uključujte najnovije antivirusne programe za zaštitu od virusa i neželjene elektronske pošte.
5. Izbor socijalnih 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 da imate account na svim mrežama, dovoljno je da budete na onim koje vas vode do vaše ciljne grupe.
6. Prije donošenja strateških odluka o važnim programskim ciljevima i odlukama koristite mogućnosti ispitivanja javnog mnijenja putem web-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 da se anketni upitnik sroči po naučnim metodološkim zahtjevima, a to, prije svega, znači da utvrdite generalnu hipotezu sa zavisnim i nezavisnim varijablama (promjenjiva) koju želite dokazati ili opovrgnuti.

Najjednostavniji i najbrži način za izradu vlastite ankete je korištenje Googleovih alata, npr. docs.google.com, workspace.google itd. Za razliku od tradicionalnih anketa, online ankete znatno skraćuju vrijeme potrebno za identifikaciju ciljne grupe respondenta. 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 da bude selektiran. Ove ankete se jednostavno i brzo sastavljaju, lako su dostupne i omogućavaju prijeko potrebnu anonimnost respondenata.

Kako strukturirati jednostavnu online anketu?

Kada pristupite izradi online ankete možete koristiti nekoliko tipova pitanja. Naprimjer:

A=Jedan od ponuđenih odgovora

(Ponudite – jedno pitanje i 4–5 odgovora kao i soluciju “ništa od toga”)

B=Više ponuđenih odgovora Višestruki odgovori.

(Ispitanik može odgovoriti na više od jedne opcije)

C=Odgovori na pitanje sa DA/NE

(Veoma koristan tip pitanja i odgovora)

D=Slobodan tekst

(Ovo koristite 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 koristite kada želite odgovor izražen samo brojem. Možete koristiti dvije varijante, cijeli broj ili broj sa decimalnim zarezom. Npr. Koliki bi iznos PDV-a u BiH trebao biti?)

F= Skaliranje. Ovo je tip pitanja koje vam može pomoći u ocjeni nekih tvrdnji, odnosno stavova. Nakon postavljenog pitanja potrebno je definirati neke tvrdnje i postaviti ih u redove, a potom u kolonama dati ocjene.

Naprimjer:

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

	Veoma	Osrednje	Nikako
• Bilbordi	0	0	0
• Plakati “sendviči”	0	0	0
• TV-spot	0	0	0
• Radiodijlog	0	0	0
• “Od vrata do vrata”	0	0	0
• Mini štand na ulici	0	0	0
• Distribucija letaka, zastavica, bedževa, majica na ulici i trgovačkim centrima	0	0	0
• Videozapis putem Facebooka i news-portala	0	0	0
• Elektronska pošta putem mailing-liste	0	0	0
• Direktna pošta	0	0	0
• Tribine	0	0	0
• Kafa sa kandidatom	0	0	0
• Šetnja naših kandidata glavnim ulicama grada	0	0	0
• Facebook fan page	0	0	0
• Korištenje socijalnih mreža	0	0	0

G Rangiranje. Ovom tehnikom nudite biraču da sam posloži prioritete nekih opcija. Opcije za rangiranje morate definirati vi, a softver treba omogućiti pomjeranje opcija i njihovo podešavanje prema iskazanoj namjeri ispitanika.

Naprimjer:

Poredajte prioritete:

	Donošenje novog Ustava BiH
	Smanjenje stope PDV-a
	Zabrana gradnje mini hidroelektrana
	Donošenje Zakona o istospolnim brakovima
	Zabrana finansiranja političkih stranaka iz budžeta itd.

H Višestruki otvoreni odgovori.

(Ovakva pitanja su vam korisna kada želite da respondenti iskažu svoje stavove na više pitanja u slobodnoj, narativnoj formi.

Naprimjer: Molimo Vas da odgovorite na sljedeća pitanja:

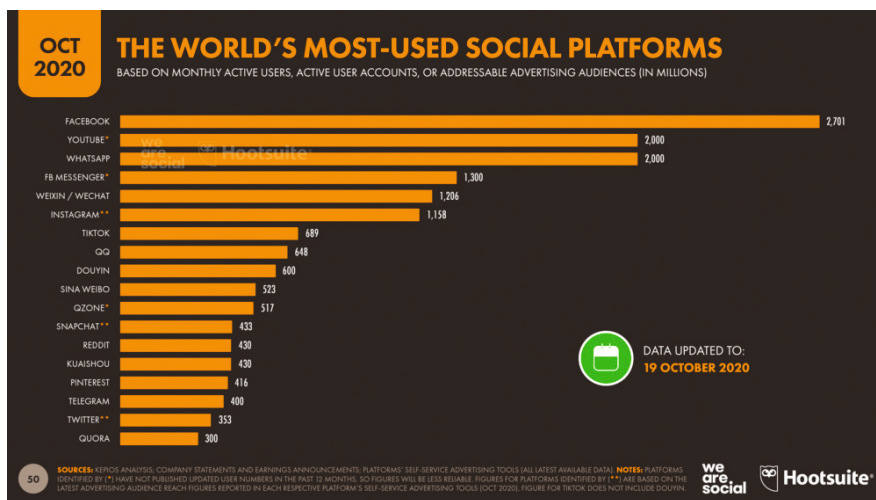
1. Kakvo je Vaše mišljenje o programu naše stranke?	
2. Šta mislite o lideru naše stranke?	
3. Šta najviše zamjerate našoj stranci?	
4. Kako vidite našu stranku u budućnosti?	

Ovo su samo primjeri za ilustraciju. Zapamtite da vam socijalne mreže nude široke mogućnosti anketiranja vaše ciljne grupe. Konačan dizajn ankete će zavisi od vaših ciljeva koje želite postići. Nekada će vam biti cilj da u kratkom vremenskom periodu dobijete odgovor na samo 2–3 pitanja, a nekada će vam biti namjera da dobijete odgovore na više direktnih pitanja o programu, kandidatima i politikama stranke. Svakako, vodite računa da pitanja budu kratka i jezgrovita. Jako je važno da prilikom postavljanja pitanja izbjegnute *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.

7. Na platformama društvenih medija koje koristite, na vašoj službenoj stranici i u vašem javnom političkom diskursu, osudite svaki oblik govora mržnje. Ogradite se od onih koji koriste govor mržnje na socijalnim mrežama.
8. Zaštitite osobne podatke vaših članova i drugih korisnika socijalnih mreža. Ako obrađujete podatke vašeg člana ili simpatizera, zahtijevate osobnu saglasnost za obradu tih podataka. Upozorite ga da je korištenje njegovih osobnih podataka bez njegove izričite saglasnosti protuzakonito.
9. Funkciji vaše web-stranice posvetite dužnu pažnju. Zapamtite da je to vaš komunikacioni kanal sa 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 sajtu je interaktivnost, a to znači da omogućite forum za diskusiju, blog ili davanja mogućnosti komentiranja vaših politika.
10. Političke stranke i nezavisni kandidati trebali bi osigurati da mediji uživaju nesmetan pristup službenim izvorima informacija o kandidatima za javne funkcije i da se ne suočavaju sa neprimjerenim preprekama za širenja takvih informacija i ideja.
11. Politički subjekti imaju posebnu obvezu poduzimanja brzih i efikasnih mjera kako bi se sprečavali, zaštitili, procesuirali i kažnjavali napadi, prijetnje, zastrašivanja i uznemiravanja, izvan mreže i na mreži, novinara i drugih medijskih djelatnika, uključujući i njihove imovine i porodice tokom izbornog procesa, posebno tamo gdje su uključeni, ili mogu biti uključeni državni akteri. Ova je mjera posebno potrebna u odnosu na novinarke i pojedince koje pripadaju marginaliziranim grupama.
12. Političke stranke i kandidati trebaju biti transparentni, uključujući medije u vezi sa njihovim приходima i rashodima u izbornom procesu.

PRILOZI

11. PRILOZI

Prilog 1 – Pregled najpopularnijih društvenih mreža u svijetu⁴⁹

Iz ovog priloga se može vidjeti da društvena platforma Facebook ima najveći broj korisnika u oktobru 2020. godine. Iza ove platforme najveći broj korisnika imaju YouTube i WhatsApp.

Prilog 2 – Društvene mreže: 5 načina kako ih pametno upotrijebiti⁵⁰

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 porodica 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 ekspertize, koristimo 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 koriste na svojim mobilnim uređajima, vjerojatno svi znaju nabrojati barem dvije mreže i njima se svakodnevno povezujemo s drugim ljudima.

⁴⁹ <https://datareportal.com/social-media-users>, Posjećeno, preuzeto i prilagođeno 24. 11. 2020. u 17.11 h.

⁵⁰ https://ec.europa.eu/croatia/education/social-media-5-ways-how-to-use-it-properly_hr, Posjećeno, preuzeto i prilagođeno 21. 09. 2020. u 16:00.

Facebook

Najveća društvena mreža na svijetu sa ukupno 2.2 milijarde aktivnih korisnika. Ovaj medij podržava različite formate sadržaja od kojih najčešće koristimo fotografije, videosadržaj i linkove. Privatni profili na Facebooku namijenjeni su privatnim osobama, dok su facebook-stranice namijenjene poslovnim subjektima, proizvodima i uslugama, poznatim ličnostima 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 zasniva na vizuelnom doživljaju, a osnovni su formati sadržaja fotografije i videa. 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 ličnostima i slično.

Specifičnost Instagrama jeste i *Instagram Story*, koji omogućuje dijeljenje sadržaja koji se briše nakon 24 sata, ali ga možete i sačuvati 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 miliona, kod nas je Twitter najmanje korišten. Ova mreža ima ograničen unos znakova (280 s razmacima) i uz tekst možete koristiti slike, linkove, video, gifove... Međutim, prilično se razlikuje od ostalih mreža. Brz je u izmjeni informacija i nerijetko se sadržaj koji objavite može “izgubiti” u naletu svega ostaloga 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 pravom 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 koristite velika štampana slova, osim ako ste baš jako ljuti, jer kad pišete velikim štampanim slovima ostavljate dojam kao da vičete
- 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 aktuelnost koju ste vidjeli ili pročitali, najprije provjerite znate li sve činjenice i pročitajte cijeli članak ili pogledajte video do kraja
- sve ono što inače ne biste rekli u lice nekome, nemojte ni pisati online
- poštujujte 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 uredu da neko objavi tako nešto na čemu ste vi i najprije tražite dopuštenje
- ne kopirajte ili ne preuzimajte sadržaj bez dopuštenja i navođenja autora jer postoji Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima koji štiti autorska prava.

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

Pet načina kako pametno koristiti društvene mreže

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

1. Gradite veze

Osnovno postojanje svih društvenih mreža, kao što im i ime govori, zasniva 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 šta radite. Povežite se s grupama 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
mnogo je jednostavniji putem društvenih mreža. S nekim ljudima imate isključivo onli-
ne odnos, s drugima se online dogovarate za offline susrete, s nekima se vidate često, u
neke se zaljubite, nekima samo lajkate statuse. I sve je to uredu, dok god se držite onih
nekoliko gore navedenih pravila.

Prilog 3 – Okvirni Izborni etički kodeks političkih subjekata koji učestvuju na Lokalnim izborima 2020. godine

Politički subjekti koji su u skladu sa Izbornim zakonom Bosne i Hercegovine ovjere-
ni za učešće na Lokalnim izborima 2020. godine, svojom slobodnom voljom potvrđenom
potpisima ovlaštenih predstavnika, prihvatili su i u Gradu/Opštini/Općini XY, dana XY
2020. godine, potpisali

Izborni etički kodeks ⁵¹

političkih subjekata koji učestvuju na Lokalnim izborima 2020. godine

Grad/Opština/Općina XY

U cilju promoviranja slobodnih i poštenih lokalnih izbora 2020. godine, politički
subjekti koji su ovjereni za Lokalne izbore 2020. godine u Općini/Opštini/Gradu XY
prihvataju da će poštovati principe: zakonitosti, demokratije, odgovornosti, integriteta i
transparentnosti, slobode korištenja izbornih prava, uzajamnog poštivanja kao i kulture
političkog dijaloga.

⁵¹ Prema saopćenjima Misije OSCE u BiH od 15. 10. 2020. godine ovaj Kodeks su potpisali politički subjekti (vidi
<https://www.osce.org/bs/mission-to-bosnia-and-herzegovina/467406>), a iz saopćenja 18. 11. 2020. godine vidi se
da su ovaj Kodeks potpisali politički subjekti grada Mostara (vidi <https://www.osce.org/bs/mission-to-bosnia-and-herzegovina/470856>).

U skladu sa spomenutim principima, politički subjekti se posebno obavezuju na sljedeće:

Tokom izborne kampanje

1. Poštovat će sve propise i pravila koja reguliraju izborni proces u BiH.
2. Poštovat će pravo birača da slobodno glasaju u skladu sa svojim uvjerenjima, te će se suzdržati od upotrebe bilo kakvog pritiska ili aktivnosti koje mogu utjecati na slobodno glasanje.
3. Poštovat će pravo drugih političkih subjekata da slobodno iznose svoje programe i ideje. U tom smislu, politički subjekti se naročito obavezuju da neće uklanjati i uništavati promotivni materijal drugih učesnika u izornoj kampanji.
4. Nikoga neće vrijeđati, niti omalovažavati, na osnovu rase, roda, vjere, etničke pripadnosti, nacionalnosti, političkih uvjerenja, i drugih karakteristika.
5. Neće koristiti jezik koji predstavlja govor mržnje. Govor mržnje u smislu ovog kodeksa predstavlja sve oblike izražavanja kojima se širi, raspiruje, potiče ili opravdava rasna mržnja, ksenofobija, antisemitizam ili drugi oblici mržnje zasnovani na netoleranciji.
6. Neće zloupotrebljavati javnu dužnost i javna sredstva i resurse.
7. Neće ometati slobodan rad medija i novinara i neće zloupotrebljavati medije, naročito društvene medije i mreže, tokom kampanje.
8. Neće zloupotrebljavati trenutnu epidemiološku situaciju za stjecanje prednosti u poduzimanju promotivnih i drugih predizbornih aktivnosti.

U izbornom procesu

9. Neće ometati rad izbornih zvaničnika te, naročito, neće zloupotrebljavati 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 obavezuju će svoje članove i simpatizere upoznati sa ovim kodeksom i njegovim principima i objaviti ga na svojim web-stranicama.

12. Svaki potpisnik će osigurati da sve izborne aktivnosti kandidata konkretnog političkog subjekta slijede spomenute principe, a politički subjekt će osuditi svako ponašanje koje predstavlja njihovo kršenje.
13. Politički subjekti se obavezuju na poštivanje ovog kodeksa danom njegovog potpisivanja.

Politički subjekti potpisnici:

SUBJEKT

POTPIS I DATUM

Pripremila OSCE Misija u BiH, oktobar 2020.

Prilog 4 – Sigurnost na internetu – zaštitite svoje podatke⁵²

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

Internet je sustav koji omogućuje da različiti uređaji međusobno komuniciraju, odnosno razmjenjuju podatke. Kako bi se svi ti uređaji međusobno razumjeli, postoje i različiti protokoli kojima određeni podaci 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 prijevarena

Drugi naziv za ovu prijevaru je mrežna krađa identiteta. Ta će vrsta prevaranata tražiti podatke kao što su broj računa, korisničko ime, lozinka, broj kreditne kartice i PIN te vam navoditi i uvjerljive razloge zašto ih trebaju, primjerice unapređivanje sigurnosnog sistema, 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 dobijate 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 e-pošta koja je poslana na mnogo adresa odjednom, bez privole vlasnika te adrese, i koja sadrži reklamnu poruku – naziva se spam. Većina preglednika e-pošte ima

⁵² https://ec.europa.eu/croatia/safety_on_internet_protect_your_personal_data_hr, posjećeno, preuzeto i prilagođeno 21. 09. 2020. u 16:40.

već automatizirano odvajanje spam poruka od ostalih pa ih i nećete vidjeti 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 dobijati 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 Evropske unije.

Glavni je njen cilj smanjenje zloupotrebe osobnih podataka, što uključuje ime i prezime, broj lične 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 ličnu kartu. IP adresa se mijenja u zavisnosti od mreže preko koje pristupate internetu (mreža na poslu, kod kuće, u biblioteci itd.). Međutim, upravo se na osnovu IP adrese mogu saznati određeni osobni podaci, poput grada iz kojega se spajate na internet, poštanskog broja i internetski poslužitelj preko kojeg ste se spojili.

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

Pa kako se onda zaštititi na internetu?

Ne dopustite drugima da vide ili saznaju vaše osobne podatke. Pazite na šifre, učinite ih složenima i ne upotrebljavajte jednu za više računa. Ne ostavljajte svoje uređaje (mobitel ili kompjuter) bez nadzora i izbjegavajte javne kompjutere. 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?⁵³

Kampanja uveliko traje na društvenim mrežama, iako zvanično nije počela. Centralna izborna komisija BiH nema mehanizme da sankcionira ovakav vid oglašavanja mimo zakonom predviđenog perioda od 30 dana prije izbora.

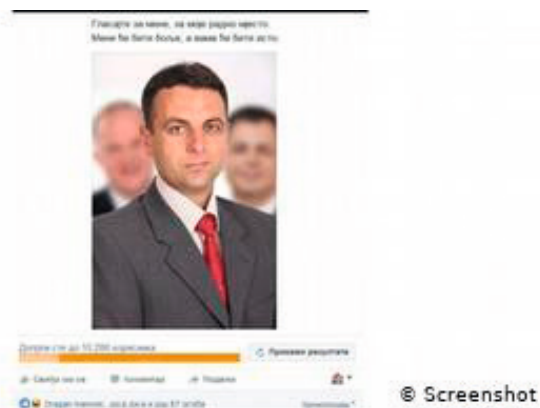
28. augusta 2016.

Do lokalnih izbora u BiH ostalo je nešto više od mjesec dana (2. oktobar), ali kampanja političkih subjekata uveliko 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 Centralnoj izbornoj komisiji BiH su DW-u rekli da se radi o području koje je veoma teško kontrolirati. Kolumnista magazina Buka Dragan Bursać kaže da ovakvom vidu oglašavanja ne treba davati mnogo pažnje, s obzirom na to da je politički subjekti koriste društvene mreže, kako ističe, smiješno.

Marketing

“Njihov 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 outsajdera 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-

⁵³ <https://visoko.co.ba/kolika-je-snaga-drustvenih-mreza-u-izbornom-procesu-u-bih/>, posjećeno, preuzeto i prilagođeno 17. 09. 2020. u 19:59.

tvenim mrežama. Dragan Šajić Šaja, koji je nezavisni kandidat za vijećnika u skupštini Grada Banja Luka, kaže da 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” – “Glasajte za moje radno mjesto” – jer kako tvrdi “ne može lagati glasače”. Izabrao je Twitter jer je to, po njegovom mišljenju, najlakši način da bude primijećen.

“Trgovina” profilima



“Na Tviteru nisam počeo od nule, već mi je prijatelj ustupio svoj profil. Prvi dan sam izgubio 80 pratilaca, ali sam zato dobio pažnju ostalih. Naša politička scena je jako inspirativna jer uvijek ima izjava “ozbiljnih” političara na koje se može dodati šlagvort u vidu dobrog tvita. Moj cilj je da obesmislim apsurdni običaj da siromašni narod glasa 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 da Tviter nema veliku moć kod glasača, s obzirom na to da se prosječni birač nalazi ispred malih ekrana.

Jedan od najaktivnijih političara sa “dužim stažom” na društvenim mrežama je Igor Radojičić, kandidat za gradonačelnika Banje Luke. U virtuelnoj interakciji sa biračima je oko pet godina, u kontinuitetu. Ovakav vid komunikacije sa glasačima je sve bitniji, kaže, iako tvrdi da lični kontakt ništa ne može zamijeniti.

Društvene mreže vs lični kontakt sa biračima

“Vidim ovo kao važan oblik komunikacije čija će popularnost i utjecaj tek rasti. I za informisanje i za objašnjavanje stavova. Moja fan stranica je moja mala novina. To je put do one grupacije građana, posebno onih mlađih, koji ne prate klasične medije, kampanju, mitinge... A za širi pristup građanima ništa kod nas ne može zamijeniti ‘pješadiju’, tj. lični kontakt, obilazak terena i mrežu aktivista. E, ja kombinujem i jedno i drugo.“

I izbornom štabu 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 sa građanima se još više etablirao kao nezaobilazan segment ukupne kampanje. Ako je ranije i bilo ograničenja u pogledu korišćenja društvenih mreža od strane ruralnog ili informatički manje pismenog stanovništva, to sada nije slučaj. Ako vam kažemo da skoro 30 odsto glasova očekujemo od građana koje ćemo animirati putem, prije svega, Fejsbuka ali i Tvitera, onda su vam jasna naša očekivanja i s tim u vezi imamo spremljene sve ljudske i tehničke resurse za ovaj vid kampanje”, kaže pored ostalog Marinko Učur, portparol NDP-a i član izbornog štaba kandidata ove partije za gradonačelnika Banje Luke Dragana Čavića.



Dragan Čavić

Neutralizacija botovima

BiH sigurno još ne spada u zemlje sa visokim stepenom korištenja novih tehnologija i njihove primjene u izbornom procesu pa je teško očekivati neki značajan postotak osvojenih glasova iz ove sfere. Ova oblast nije regulirana do kraja ni van BiH gdje se najviše pažnje obraća na javne servise u postupku kontrole medijskog oglašavanja političkih subjekata. Svi ostali, manje više su u funkciji neke političke strukture, što je teško zabraniti, uključujući i društvene mreže van zvaničnog trajanja kampanje.

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



Milorad Dodik i Igor Radojičić

Zaobilaženje propisa

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



Ivana Korajlić

Ranije su neki članovi CIK-a bili stanovišta da je neophodno promijeniti Izborni zakon te jasnije definirati ovu oblast 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 Izbornog zakona koje se odnose i na uvođenje mehanizma za prevenciju zloupotrebe javnih sredstava.

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

Iskrena komunikacija, put do birača



Nikolina Trninić

Sva priča o oglašavanju mimo zvanične kampanje za kandidatkinju za vijećnicu iz Demokratskog narodnog saveza u skupštini grada Banja Luka Nikolinu Trninić u drugom je planu. Za nju su društvene mreže dobar kanal za komunikaciju sa javnošću i potencijalnim biračima. Svjesna je da u BiH one još nemaju značajniji utjecaj kao što je to slučaj u nekim evropskim zemljama, ali vjeruje u otvorenu i iskrenu komunikaciju sa građanima.

“Svoje naloge na mrežama nisam preuredila i podredila izbornim ciljevima, jer isto smatram besmislenim. Moja komunikacija sa prijateljima, pratiocima i onima koje ja pratim je otvorena i iskrena. Možda je ovakav pristup pogrešan, ali smatram da je ono što glasači 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 vjerovatno prema nečijim preporukama, ‘ubrzano’, često pogrešno i agresivno koriste naloge na društvenim mrežama, koje poneki aktiviraju samo u periodu 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“, CIK 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. decembra 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. maja 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.
- *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 Apelacionog odjela Suda BiH, broj: S1 3 Iž 030831 18 Iž od 29. 10. 2018. godine.
- Rješenje Apelacionog odjela Suda BiH, broj: S1 3 Iž 030829 18 Iž od 29. 10. 2018. godine.
- Rješenje Apelacionog odjela Suda BiH, broj: S1 3 Iž 030880 18 Iž od 30. 10. 2018. godine.

13. BILJEŠKA O AUTORU



Prof. dr. Suad Arnautović rođen je 17. novembra 1958. godine u Sarajevu. U junu 2004. godine Predstavnički dom Parlamentarne skupštine BiH dr. Arnautovića je imenovao za člana Centralne izborne komisije BiH. Nakon isteka sedmogodišnjeg mandata ponovo je imenovan na tu funkciju 22. 09. 2011. godine, a u martu 2020. godine izabran je po treći put za člana Centralne izborne komisije BiH. U periodu januar 2008. – maj 2009. obavljao je dužnost Predsjednika Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine.

Objavio je sljedeće 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, socijalne, ekonomske i političke činjenice**, (koautor), Sarajevo, 2006; **”Lokalni izbori u BiH 2004. – Naučene lekcije”**, (koautor), Sarajevo, 2005; **”Propedeutika političkog marketinga, razumijevanje 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 naučne oblasti političkih nauka, izbornog i parlamentarnog prava, izbornih sistema, političkog predstavljanja i političkih stranaka, i to:

Knjige/poglavljia 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), Prishtina, 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 vezi sa aktivnostima tokom izbornog 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-jediskriminatoran-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 24th, 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 Hadžiabdić), 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 Arnautovic, 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 komisija 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 Božičković), Sarajevo 2016. ISBN 978-9958-555-22-0
25. Development of Electoral Systems in Central and Eastern Europe since 1991, ACEEEO, pg.90-99 Budapest, 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, pg. 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: karakteristike i moguća unapređenja, 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 (štam. izd.)
 36. Prof. dr. Suad Arnautović, Finansiranje kampanje, zakonska rješenja i iskustva učesnika 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 komisija za Lokalne izbore 2012. godine u Bosni i Hercegovini, Pravni savjetnik, broj 4, april 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 "Gračanički 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. – Period političke 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, 342.84:352Ć(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 Arnautović, 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 demokratiju kontinuirano je rastao tokom posljednje decenije. U početku se uloga ovih novih i interaktivnih mrežnih platformi uglavnom doživljavala pozitivno i s puno optimizma. Ne samo kao dio “arapskog proljeća”, očekivalo se da će društveni mediji postati pomagači demokratskih promjena u 21. stoljeću, nova prilika za građane da izraze svoj glas i novi hitno potreban kanal direktne komunikacije između građana, političara i institucije.

Izazovi 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 nesmetano 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 nadležne nacionalne vlasti. Vidjeli smo da dezinformacija i teorije zavjera utapaju činjenične i tačne 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 mogu podrazumjevati moderne mrežne kampanje.

Svi ovi faktori usmjerili su fokus globalne rasprave na pitanje kako se mogu ublažiti najštetniji i manipulativni učinci društvenih medija i što se može učiniti bez ugrožavanja osnovnih 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.

Dosada je široko prepoznato da je više transparentnosti u najmanju ruku polazna tačka za rješavanje ovih problema. Više transparentnosti za korisnike koja im omogućava da bolje razumiju zašto vide koji sadržaj. Više transparentnosti za nadzorne agencije da prate šta i koliko politički akteri troše za mrežne aktivnosti i oglašavanje. Više transparentnosti za istraživače da bi bolje razumjeli algoritme i podatke koji se koriste na platformama. Više transparentnosti za tradicionalne medije i civilno društvo da bi bolje pratili, pokrivali i analizirali mrežne kampanje.

Platforme društvenih medija već su počele pružati neke alate 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 evropski naponi kako bi se odgovorilo na ove izazove, uključujući Vijeće Evrope koje je i izdašno podržalo ovu publikaciju. Pa ipak, ova publikacija “Uloga društvenih medija u izbornom procesu – Smjernice za izborne aktere” mora premostiti važan jaz:

primjenjuje globalna iskustva u kontekstu Bosne i Hercegovine i obogaćuje ih domaćim naučenim lekcijama. Doprinos ove publikacije je od suštinske važnosti, jer se nijedna tehnologija, nijedan zakon, niti 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 akterima i građanima može biti teško da se snađu u svim ovim brzo razvijajućim događajima. Političkim akterima će možda biti teško da budu sigurni šta im je dozvoljeno na mreži, a šta ne, sa svim tim novim mogućnostima. Smatrat će da je ova publikacija korisna jer nadilazi međunarodna iskustva i preporuke: objašnjava kako se društveni mediji koriste 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 učesnike o tome kako se učinkovito i sigurno kretati zamkama internetskog prostora kao dijela njihove kampanje. Na kraju, ovaj vodič također omogućava čitaocu da istraži pitanje da li je 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 akterima, političkim akterima i građanima Bosne i Hercegovine i pomoći će im da koriste, možda i reguliraju, društvene medije 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

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

Internet-stranica: 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, niti 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 akterima i građanima može biti teško da se snađu u svim ovim brzo razvijajućim događajima. Političkim akterima će možda biti teško da budu sigurni šta im je dozvoljeno na mreži, a šta ne, sa svim tim novim mogućnostima. Smatrat će da je ova publikacija korisna jer nadilazi međunarodna iskustva i preporuke: objašnjava kako se društveni mediji koriste 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 učesnike o tome kako se učinkovito i sigurno kretati zamkama internetskog prostora kao dijela njihove kampanje. Na kraju, ovaj vodič također omogućava čitaocu da istraži pitanje da li je 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 akterima, političkim akterima i građanima Bosne i Hercegovine i pomoći će im da koriste, možda i reguliraju, društvene medije na način koji pogoduje pozitivnom izbornom i demokratskom razvoju u njihovoj zemlji.

Recenzija Peter Wolf, IDEA Int. Stockholm

ISBN 978-9958-555-62-6

