

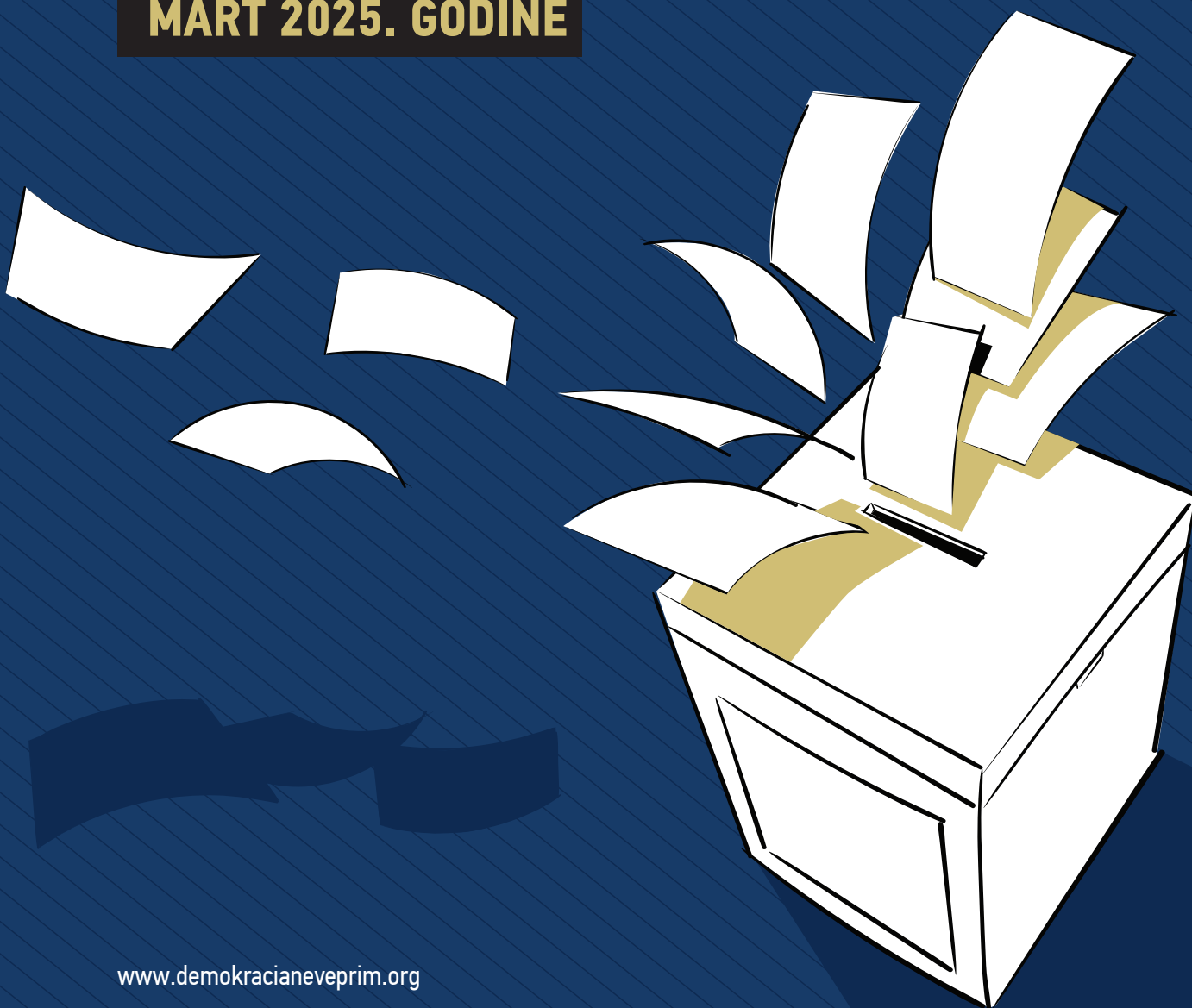


Demokracia në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action

IZVEŠTAJ O PRAĆENJU IZBORNE KAMPANJE

PARLAMENTARNI IZBORI
09.02.2025

MART 2025. GODINE



IZVEŠTAJ O PRAĆENJU IZBORNE KAMPANJE

**PARLAMENTARNI IZBORI
09.02.2025**

Autorsko pravo © 2025. Demokratija na delu (DnV)

Demokratija na delu (DnV) zadržava sva prava i nijedan deo ove publikacije ne sme da se reprodukuje ili prenosi u bilo kom obliku, mehaničkom ili elektronskom, uključujući fotokopiranje ili bilo koji drugi sistem za skladištenje i pronalaženje informacija, bez pismene dozvole izdavača. Publikacija se može reprodukovati ili prenositi samo ako se koristi u nekomercijalne svrhe. Kad god i bilo ko da koristi citate ili različite materijale iz ove publikacije, dužan je da navede izvor iz kojeg je dobio te citate ili materijale koji su korišćeni.

Za bilo kakvu ocenu, primedbe, kritiku ili sugestiju, kontaktirajte nas putem opcija navedenih u nastavku:

Adresa: Ulica Bajram Kelmendi, br.239.
10000, Priština, Kosovo.
Telefon: +383 (0) 38 248 038
E-mail: info@kdi-kosova.org
Veb: www.demokracianeveprim.org

Pripremio: Democracy in Action (DnV)

Dizajn: ENVINION

Ovaj izveštaj je realizovan u okviru misije "Demokratija na delu" za posmatranje parlamentarnih izbora 9. februara 2025. godine. Misija i njene komponente realizovane su uz finansijsku podršku Švajcarske Ambasade na Kosovu, Spoljne kancelarije, Komonvelta i razvoj (FCDO), kao i Ministarstva spoljnih poslova Republike Češke u okviru Programa Prome Transaia.

Sadržaj ovog izveštaja je isključiva odgovornost Demokratije na delu (DnV) i ni pod kojim okolnostima ne bi trebalo da se smatra da odražava stavove donatora.

Sadržaj

IZVRŠNI REZIME	6
UVOD	8
METODOLOGIJA	9
KONTEKST I IZBORNA PREDKAMPANJA	10
NALAZI PRAĆENJA IZBORNE KAMPANJE	13
IZBORNE AKTIVNOSTI PO POLITIČKIM SUBJEKTIMA, OPŠTINAMA	
I OBLICIMA ORGANIZOVANJA	14
UČEŠĆE GRAĐANA I INKLUZIVNOST	17
KORIŠĆENJE JAVNIH RESURSA U IZBORNE SVRHE	18
POLITIČKE PORUKE I SADRŽAJ GOVORA	19
UPOTREBA HUŠKAČKOG JEZIKA I JEZIKA MRŽNJE	21
RASHODI ZA AKTIVNOSTI KAMPANJE	22
ATMOSFERA I BEZBEDNOST	24
POKRIVANJE MEDIJSKIH AKTIVNOSTI	25
KAMPANJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA	26
ŽALBE IPŽP-U I ODLUKE O PREKRŠAJIMA	
TOKOM IZBORNE KAMPANJE	28
PREPORUKE	30

Izvršni rezime

Ovaj izveštaj daje pregled nalaza praćenja izborne kampanje Demokracije na delu (DnV) za parlamentarne izbore održane 9. februara 2025. godine, na kojima se takmičilo 28 političkih subjekata sa ukupno 1,280 kandidata. U ovoj nadmetanju smo po prvi put imali 6 političkih subjekata iz srpske zajednice, diverzifikujući izborne mogućnosti unutar ove zajednice.

U nedostatku regulative i zakonskih ograničenja, zvaničnoj izbornoj kampanji prethodila je intenzivna pretkampanja u zemlji i inostranstvu, sa terenskim aktivnostima i kampanjama na društvenim mrežama. Vlade odluke i odluke koje su doneli izvršni organi na lokalnom nivou tokom ovog perioda iznele su zabrinutost zbog njihovog uticaja na orijentisanje glasova građana. Politički subjekti su uglavnom najavljivali javne aktivnosti u Opštinskim izbornim komisijama (OIK) u skladu sa zakonskim odredbama, dok su samo u 4% slučajeva aktivnosti održane bez prethodne najave.

Velike opštine su bile glavni fokus za organizovanje aktivnosti političkih subjekata, sa 36% svih javnih skupova održanih u Prizrenu, Prištini, Peći, Gnjilanu i Južnoj Mitrovici. Brojčano gledano, među najvećim političkim subjektima, najviše javnih skupova organizovali su Demokratska partija Kosova (oko 27% od ukupnog broja javnih skupova), Demokratski savez Kosova (oko 26% od ukupnog broja javnih skupova), Pokret Samoopredeljenje (oko 21% građana Kosova), kao i koalicija Alijansa za budućnost Kosova – NISMA [i drugi] (oko 15% od ukupnog broja javnih skupova).

Izbornu kampanju okarakterisalo je aktivno učešće građana i visok nivo angažovanja političkih subjekata da promovišu svoje platforme i steknu poverenje biračkog tela. Ovo angažovanje je izraženo u vršenju brojnih javnih aktivnosti, susreta od vrata do vrata i korišćenju društvenih medija kao mogućnosti da se dopre do većeg broja građana. Međutim, ova kampanja je takođe bila praćena sa nekoliko pitanja koja zahtevaju pažnju kako bi se obezbedio pošten i nepristrasan iz-

borni proces. Na ukupno 779 aktivnosti koje prati DnV prisustvovalo je oko 152,575 građana, sa prosečno oko 200 učesnika po događaju. Većina događaja je održana na javnim prostorima (74%), gde u 17% slučajeva nije postojala odgovarajuća infrastruktura za osobe sa invaliditetom. Skupove je okarakterisalo nisko učešće žena, koje su u proseku činile samo 14% od ukupnog broja učesnika i oko 27% od ukupnog broja govornika u kampanji. U oko 2% slučajeva prijavljeno je organizovano prisustvo dece, u suprotnosti sa zakonom.

Partijske skupove su okarakterisale raznovrsnost proizvoda, usluga i organizovan prevoz za učesnike, pokazatelji koji su ukazivali na velike izdatke političkih subjekata, koje su bili teško merljivi.

Štaviše, bilo je i slučajeva korišćenja javnih resursa, kao što su vladine i opštinske odluke pre i tokom kampanje, sa tendencijom orijentisanja glasova građana. Iako u maloj meri, upotreba službenih vozila i javnih službenika je takođe evidentirana u desetinama aktivnosti (3% slučajeva). To su nedostaci koji zahtevaju rešenja za obezbeđivanje ravnopravnosti političkih subjekata i očuvanje integriteta izbornog procesa.

Politički govori bili su fokusirani na programska pitanja kao što su obrazovanje, privreda, zapošljavanje i plate, zdravlje, socijalna zaštita, infrastruktura, kultura, omladina i sport, pravosuđe i vladavina prava. Ali mnogi predlozi su bili nejasni u pogledu mogućnosti implementacije i finansiranja.

Jedna od glavnih zabrinutosti bila je upotreba huškačkog jezika i jezika mržnje od strane političkih subjekata, što je doprinelo napetoj atmosferi, kršeći osnovne principe demokratskog procesa. Ova pojava je štetna po društveno jedinstvo i može uticati na poverenje građana u izborni proces. Huškački jezik i govor mržnje bio je prisutan na mnogim javnim skupovima, tačnije u 17% slučajeva, pojava zbog koje su politički subjekti dobili veliki broj novčanih kazni od Izbornog panela za žalbe

i predstavke (IPŽP). U procentima, Pokret Samoopredeljenje prednjači po aktivnostima gde je bilo govora mržnje – sa preko 20% aktivnosti.

Opozicione stranke, uključujući PDK, LDK¹ i AAK, objavile su programe, počevši od septembra i decembra 2024. godine. One su prethodno održavale sastanke i razgovore sa građanima u opštinama kako bi identifikovali svoje zahteve. S druge strane, LVV je svoj program objavio kasno, tačnije u drugoj polovini kampanje, u formatu dokumenta o posvećenosti. Generalno, atmosfera kampanje je bila mirna, sa nekim izolovanim incidentima bacanja pirotehničkih sredstava, molotovljevih koktela i cepanja plakata, u opštinama kao što su Srbica, Gračanica i opštine na severu. Ovi događaji su kritikovani zbog ugrožavanja slobode okupljanja i principa demokratije. Policija je vodila računa o većini javnih skupova, ukupno 604 skupa, za 53 skupa su brinula privatna obezbeđenja, dok je na 160 skupova obezbeđenja uopšte nije bilo.

Odnosi političkih subjekata sa medijima bili su različiti, a vladajuća stranka je bojkotovala učešće u pojedinim medijima i optužila ih za pristrasan pristup. U nekim izolovanim slučajevima, mediji su bili sprečeni da prate javne aktivnosti, dok su bili prisutni na 39% aktivnosti kampanje.

Politički subjekti su takođe koristili društvene platforme za razvoj kampanje, sa 8,000 sponzorisanih postova i ukupnim izdacima od 200,000 evra, predvođeni kandidatima LDK i PDK za premijera. Slično tome, ovaj prostor je takođe ostao izazovan za punu identifikaciju rashoda i finansiranja političkih subjekata.

Izbornu kampanju je okarakterisao veliki broj prekršaja, što je rezultiralo sa ukupno 450 pritužbi podnesenih IPŽP-u, za korišćenje javnih resursa, upotrebu huškačkog jezika i jezika mržnje, uključivanje dece u političke aktivnosti, postavljanje plakata na nedozvoljena mesta itd. Za njih je IPŽP izdao 149 odluka putem kojih je izrekao novčane kazne u iznosu 612,100 evra. Najviše kazni izrečeno je vladajućoj stranci LVV, a slede PDK, LDK i AAK-NISMA. Neke razlike u novčanim kaznama za slične prekršaje pokrenule su pitanja o objektivnosti IPŽP-a, slično kao i kod Vrhovnog suda kao drugostepene žalbe. Ovakva situacija je ukazala na potrebu poboljšanja koherentnosti u donošenju odluka, jasnog i ravnopravnog tumačenja zakona i njegove pravedne primene za sve političke subjekte.

¹ Program Demokratskog saveza Kosova, nazvan "Novi put" bio je objavljen po prvi put u decembru 2023. godine, više od godinu dana pre izbornog procesa.

Uvod

Ovaj izveštaj predstavlja podatke prikupljene od praćenja izborne kampanje za prevremene izbore za Skupštinu Kosova, koju su sprovedi dugoročni posmatrači koalicije Demokracija na delu (DnV). Glavni cilj ovog izveštaja je da pruži detaljnu procenu razvoja izborne kampanje za izbore 9. februara 2025. godine i da identifikuje faktore koji su uticali na to kako se ona odvijala. Izveštaj je strukturiran u nekoliko delova, koji opisuju metodologiju i strukturu koja se koristi za prikupljanje i analizu podataka, kao i način na koji se posmatrači na terenu bave izveštajima kako bi se obezbedio pouzdan i sistematizovan proces praćenja.

Važan deo izveštaja je analiza pretkampanjskog perioda i aspekata organizacije izbora od strane političkih subjekata, s obzirom na nedostatak zakonskih ograničenja. Glavni deo izveštaja posvećen je analizi razvoja izborne kampanje, gde se obrađuju aktivnosti političkih subjekata po opštinama i oblicima organizovanja, kao i učešće građana i njihovo angažovanje u izbornom procesu. Izveštaj se takođe fokusira na dokumentovanje korišćenja javnih resursa, uključujući službena vozila i angažovanje javnih službenika. Izveštaj takođe daje procenu političkih poruka i sadržaja govora, sa naglaskom na upotrebi huškačkog govora i govora mržnje.

Izveštaj takođe ispituje finansijsku transparentnost i izdatke za javne aktivnosti, kao i medijsko praćenje aktivnosti, korišćenje društvenih mreža i interakciju političkih subjekata sa javnošću. U zaključku, izveštaj nudi preporuke za poboljšanje budućih izbornih kampanja, naglašavajući važnost fer, pravičnog i kredibilnog procesa kako bi se osigurala funkcionalna i pravedna demokratija.

Metodologija

Demokratija na delu (DnV) je sproveda praćenje izborne kampanje kroz angažovanje 44 terenska posmatrača, koji su pratili aktivnosti političkih subjekata, odnosno javnih skupova, u 38 opština Kosova za period od 11. januara do 8. februara 2025. godine.

Generalno, informacije koje se koriste u ovom izveštaju su primarni podaci prikupljeni direktno sa terena i društvenih mreža, dok je mali deo podataka i citata sekundarnog karaktera. Posmatrači su pratili razvoj izborne kampanje i svakodnevno izveštavali o događajima kojima su prisustvovali, sastancima sa političkim subjektima, sastancima Opštinskih izbornih saveta (OIS) i nepravilnostima koje su uočili tokom perioda kampanje.²

Posmatrači DnV-a su takođe učestvovali na redovnim sastancima OIS-a kako bi dobili informacije o događajima koje su najavili politički subjekti, kako bi pratili ove događaje i izveštavali da li su ih politički subjekti u OIS-u izjavili kao takve. Demokratija na delu je takođe obavila intervjue sa predstavnicima političkih subjekata, kako bi dobila njihova mišljenja i ocene u vezi sa razvojem izborne kampanje.

² DnV posmatrači su koristili standardne formulare za praćenje, koji su popunjeni i poslani preko onlajn baze podataka kreirane za ovu kampanju, zajedno sa ličnim podacima i relevantnim fotografijama za proveru i obradu podataka

Kontekst i izborna predkampanja

Posle niza konsultacija sa političkim partijama, a u skladu sa zakonskim rokovima, 16. avgusta 2024. godine, predsednica države Vjosa Osmani je proglasila 9. februar 2025. godine kao datum održavanja redovnih parlamentarnih izbora za Skupštinu Kosova.³ Ovo je bio prvi put od proglašenja nezavisnosti Kosova da je zemlja organizovala redovne izbore, pošto su prethodni parlamentarni izbori bili prevremeni.

Nedelju dana nakon objavljivanja ukaza predsednika, CIK je odobrio plan aktivnosti za organizovanje izbora. Takođe je odlučeno da se ograniči potrošnja na izbornu kampanju za konkurentne političke subjekte – koji imaju pravo da potroše do 2,047,149 evra, odnosno 1 evro po registrovanom biraču.⁴ Novina ove kampanje bila je da će se sprovesti u skladu sa zakonskim izmenama Zakona o opštim izborima i Zakona o finansiranju političkih subjekata.

Centralna izborna komisija (CIK) je 31. decembra 2024. godine certificirala 28 političkih subjekata i 1,280 kandidata, koji će se nadmetati na izborima 9. februara. CIK je odobrio aplikacije svih subjekata, osim Srpske liste, čija je odluka o odbijanju izazvala široku debatu i izazvala zabrinutost oko ravnopravnosti u izbornom nadmetanju. CIK je nezakonito odbio ovu potvrdu, uprkos preporuci Kancelarije za registraciju političkih partija. Nakon toga, Komisija za izborne žalbe i žalbe (IPŽP) i Vrhovni sud su ispravili odluku CIK-a i potvrdili subjekat, odražavajući uticaj političkih razmatranja na pravne principe u nekim aspektima izborne administracije.

Izborna kampanja koja je prethodila izborima 9. februara odvijala se u složenom političkom kontekstu, koga su okarakterisali sukobi oko upravljanja, međuetničkih odnosa i izazova evroatlantskih integracija zemlje. Ovi faktori su uticali na političku debatu i opštu atmosferu

kampanje, a takođe su uticali na diskurs i glavne narative političkih aktera tokom izborne trke.

Nedostatak pravnog okvira za predizbornu kampanju na Kosovu stvorio je mogućnosti za rane izborne aktivnosti, omogućavajući političkim partijama da koriste fleksibilne kanale komunikacije sa biračima i kombinuju političke i izborne aktivnosti. Ovo je odražavalo upotrebu različitih strategija, kao što su aktivnosti na terenu, sastanci sa stranačkim strukturama i digitalne kampanje.

Zapažen fenomen je bio dominacija političkih eksponeata u televizijskim debatama, posebno iz opozicije, koja je koristila ovaj prostor da iprkosi vlasti. S druge strane, Pokret Samoopredeljenje je svoju prethodnu kampanju usmerio uglavnom van Kosova, fokusirajući se na dijasporu kako bi održao i povećao podršku koju je stekao tokom izbora 2021, dok su opozicione stranke, kao što su PDK i LDK, koristile tradicionalniji pristup angažovanju sa građanima putem sastanaka i kampanja od vrata do vrata.

U ovom periodu došlo je do sučeljavanja između vladajuće stranke i opozicije, gde su opozicione stranke isticala propuste vlasti, dok je LVV nastavio sa narativom povezivanja drugih političkih subjekata sa fenomenom korupcije. Ovo je stvorilo polarizirajuću debatu i otežalo raspravu o obrazloženim predlozima.

Drugi važan element tokom ovog perioda bila je intervencija vlade kroz finansijske mere sa društvenim uticajem, koje su izazvale zabrinutost u vezi sa mogućnošću korišćenja javnih resursa u izborne svrhe. Odluke kao što su povećanje penzija za različite grupe, povećanje minimalne zarade i raspodela novčane pomoći određenim segmentima stanovništva, iako

3 Vidite Ukaz predsednika kojim se objavljuju izbori 9. februara 2025. godine na <https://shorturl.at/H7yyp>

4 Vidite odluke CIK-a od 23. avgusta 2024. godine na <https://shorturl.at/b2maS>

naizgled pravedne socijalne mere, izazvale su debate o potencijalnom uticaju ovih radnji na izborni proces i političkim motivima koji mogu da stoje iza njih. Najkontroverznija ostaje podela 100 evra za oko 700,000 građana uoči praznika na kraju godine, što je protumačeno kao pokušaj uticaja na biračko telo tokom izbornog perioda.⁵

Isto tako, učešće premijera Kurtija u ceremoniji podele "radnih kartica" za zapošljavanje mladih u KEK-u i promocija vladinih projekata tokom ovog perioda stvorili su percepciju da se izborna kampanja oslanja na državne resurse, što je praksa koja je u suprotnosti sa međunarodnim standardima jednakosti u izornoj konkurenciji.⁶

Na lokalnom nivou primećeni su slučajevi korišćenja opštinskih projekata u izborne svrhe, uključujući presecanje vrpce i inauguraciju javnih investicija pre izbora, što je taktika korišćena u prošlosti. Ovakva praksa izazvala je zabrinutost za integritet izbornog procesa i mogućnost indirektnog uticaja vlade na birače kroz pružanje finansijskih i ekonomskih koristi.

Zaključno, predizborna kampanja na Kosovu ostaje period koji nije regulisan zakonom, bez jasnog odvajanja od zvanične kampanje, stvarajući nejednak ambijent za konkurentske političke partije⁷. Korišćenje državnih resursa i nedostatak zakonske regulative ostaju važna pitanja koja treba rešiti da bi se obezbedio pošten i transparentan izborni proces.

5 Kallxo, "Dan pre početka izborne kampanje, Vlada povećava penzije kategorijama koje su izašle iz rata", 10. januar 2025, na <https://kallxo.com/lajm/nje-dite-para-fillimit-te-fushates-zgjedhore-qeveria-rrit-pensionet-per-kategorite-e-dala-nga-lufta/>

6 Gazeta Ekspres, "Kartice za 220 mladih radnika u KEK-u, da li je to kampanja? Kurti: Ovo je u funkciji rudarstva, uglja" na, <https://www.gazetaekspres.com/kartela-220-punetoreve-te-rinj-ne-kek-a-po-ben-fushate-kurti-kjo-eshte-ne-funksion-te-mihjes-qymyrit/>

7 Pogledajte više u DNV publikaciji "Trendovi kampanje i usklađenost sa standardima", na [//demokracianeveprim.org/vp-content/uploads/2025/01/PDF_Trendet-e-parafushates-dhe-zbatimi-i-standardeve-nentor-2024-janar-2025.pdf](https://demokracianeveprim.org/vp-content/uploads/2025/01/PDF_Trendet-e-parafushates-dhe-zbatimi-i-standardeve-nentor-2024-janar-2025.pdf)



NALAZI PRAĆENJA IZBORNE KAMPANJE

Izborna kampanja za parlamentarne izbore 9. februara počela je 11. januara 2025. godine i trajala je ukupno 30 dana, do otvaranja biračkih mesta 9. februara 2025. Za razliku od prošlih izbornih procesa, ovu kampanju nije okarakterisao dan izborne tišine. Prema tome, politički subjekti su nastavili sa aktivnostima i dan pre izbornog dana.

DnV je, preko dugoročnih posmatrača, pratio javne aktivnosti političkih subjekata u svim opštinama na Kosovu, uključujući oblike organizovanja, učešće i inkluzivnost građana, upotrebu službenih vozila i prisustvo javnih službenika u kampanji, političke poruke i sadržaj govora, upotrebu huškačkog govora i govora mržnje, finansijsku transparentnost i rashode tokom javnih aktivnosti, kao i pokrivanje i bezbednost aktivnosti kampanje. Detaljni podaci u vezi sa ovim komponentama su predstavljani u nastavku.

Izborne aktivnosti po političkim subjektima, opštinama i oblicima organizovanja

Tokom izborne kampanje, DnV je pratio ukupno 779 izbornih aktivnosti, od kojih je 96% unapred prijavljeno Opštinskim izbornim komisijama (OIK). Međutim, 4% skupova nije najavljeno, što je praksa suprotna Izornoj uredbi br. 07/2024, član 4, kojom je propisano da politički subjekat mora dostaviti obrazac za prijavu mitinga 24 sata pre održavanja skupova sa manje od 200 učesnika i 48 sati pre skupova sa više od 200 učesnika.⁸

Izborne aktivnosti političkih subjekata koje je DnV pratio uključuju javne skupove, dok su politički subjekti sprovodili i druge aktivnosti kampanje kao što su sastanci sa ciljanim grupama, štandovi i posete od vrata do vrata. Ove poslednje je bilo teško posmatračima da prate jer nisu bili prijavljeni nadležnim organima.

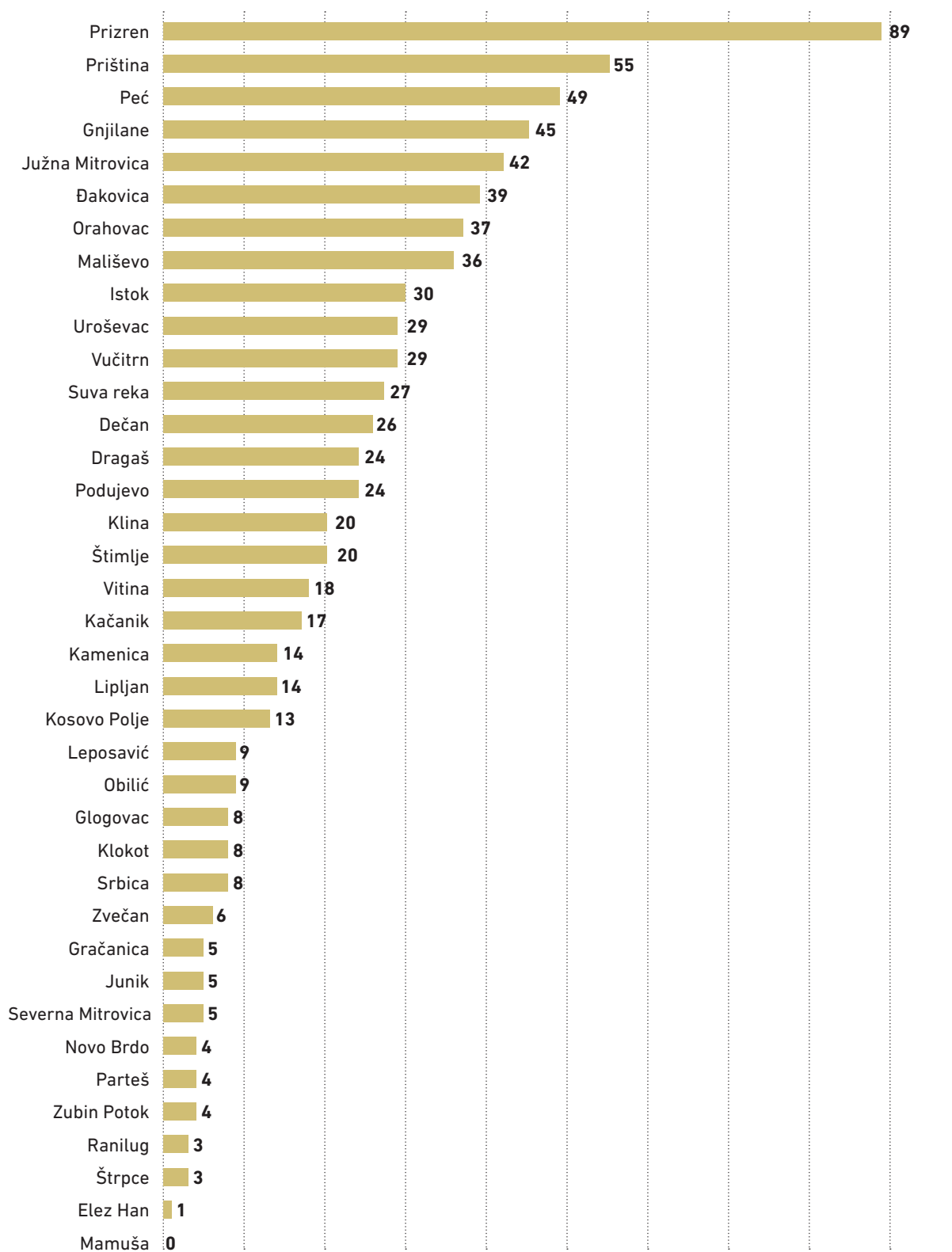
Što se tiče širenja javnih aktivnosti po opštinama, politički subjekti su se fokusirali na održavanje skupova u većim opštinama kao što su Prizren, Priština, Peć, Gnjilane, Južna Mitrovica i Đakovica, gde je u svakoj od

njih praćeno više od 30 skupova. Ove opštine su značajni urbani i politički centri, gde su politički subjekti videli priliku da dođu do velikog broja birača i povećaju njihove šanse za dobijanje podrške.

S druge strane, u opštinama sa srpskom većinom i nekoliko drugih manjih opština, kao što su Kosovo Polje, Lipljan, Kamenica, Kačanik i Vitina, izborne aktivnosti su bile manje, gde su praćeni manje od 20 održanih skupova. Ovo može biti povezano sa različitim faktorima, uključujući nisku izlaznost birača i ograničenije mogućnosti za organizovanje aktivnosti.

⁸ Vidite Izorno pravilo CIK-a <https://kqz-ks.org/wp-content/uploads/2024/10/Rregullore-Zgjedhore-Nr.-07-2024.pdf>

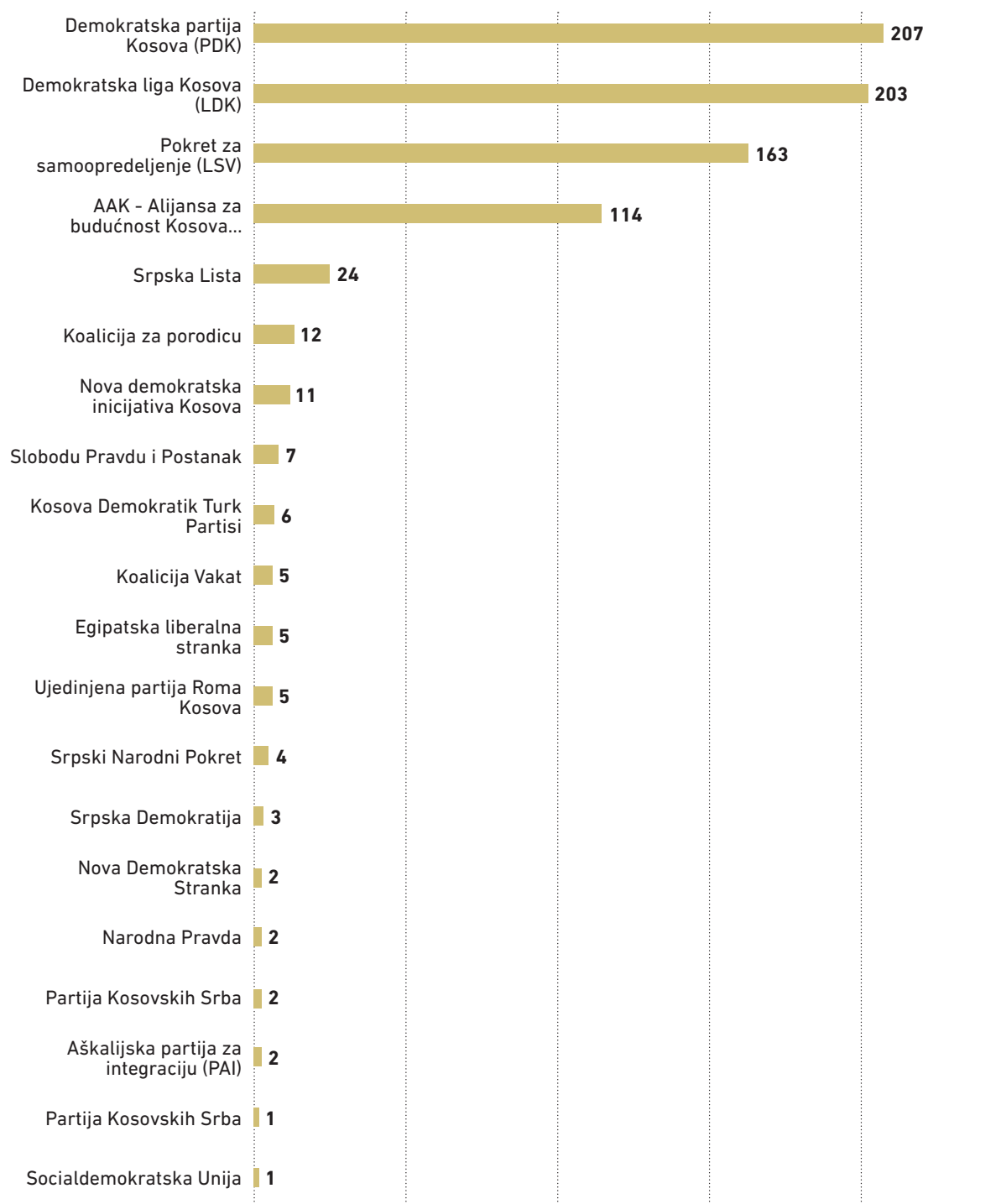
SLIKA 1 Broj skupova političkih stranaka po opštinama



U uporednom aspektu između političkih subjekata, u pogledu broja aktivnosti koje su praćene tokom kampanje, PDK je predvodio sa ukupno 207 organizovanih skupova, zatim LDK sa 203, LVV sa 163 i Koalicija AAK-NISMA sa

114 skupova. U međuvremenu, među političkim subjektima srpske zajednice, Srpska lista je održala najviše javnih skupova u poređenju sa ostalim konkurentskim subjektima, sa ukupno 24 organizovana skupa tokom kampanje.

SLIKA 2 Broj skupova političkih stranaka po opštinama



Na opštinskom nivou, politički subjekti su organizovali skupove u skoro svim opštinama, ali sa većom koncentracijom skupova na kojima je bila koncentrisana većina biračkog tela podrške. LVV je održala više aktivnosti u opštinama Prizren i Južna Mitrovica, LDK u opštinama Gnjilane i Priština, PDK u Prizrenu i Prištini, dok je koali-

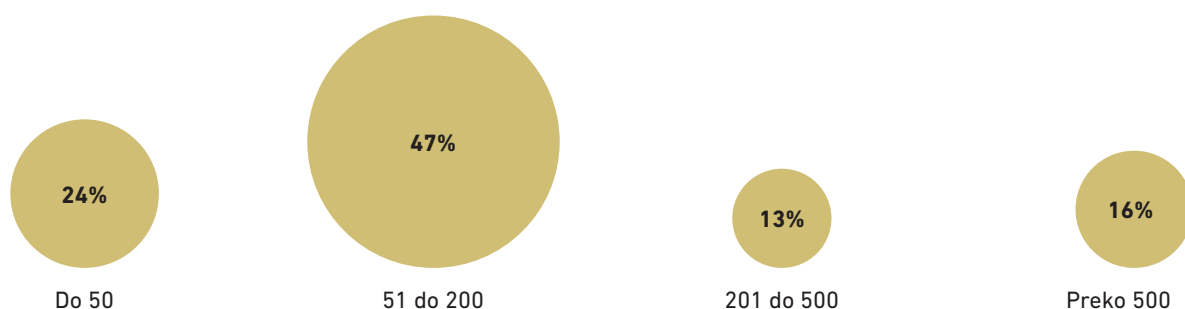
cija AAK-NISMA organizovala više skupova u opštinama Dečani i Mališevo. U međuvremenu, pošto je kampanja trajala 30 dana, politički subjekti su imali priliku da organizuju aktivnosti više puta u većini opština.

Učešće građana i inkluzivnost

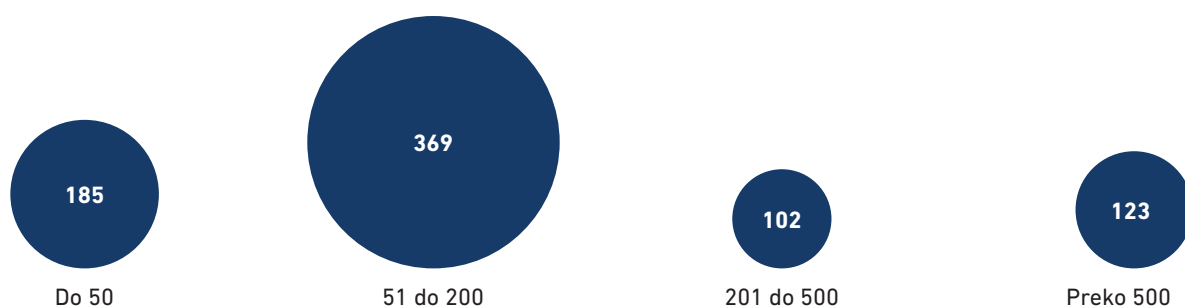
Što se tiče učešća građana, njihovo interesovanje za učešće na skupovima bilo je prilično veliko. Tokom 30-dnevne kampanje, oko 152,575 građana je učestvovalo je na skupovima političkih stranaka, sa prosekom od 196 učesnika po skupu. Skupovi su uglavnom organizovani u javnim objektima, a 74% aktivnosti se održavalo u ovim prostorima. Preostali deo (26%) sk-

upova je takođe održan u privatnim objektima – uključujući restorane, hotele ili druge privatne sale. Pristup osobama sa invaliditetom bio je moguć u 83% praćenih aktivnosti, dok je u 17% slučajeva pristup objektima u kojima se skup održavao bio otežan ili onemogućen za ovu kategoriju učesnika.

SLIKA 3 Procenat okupljanja prema broju prisutnih građana



SLIKA 4 Broj okupljanja prema broju prisutnih građana



Uključenost i zastupljenost žena okom ove izborne kampanje je takođe bila relativno niska. Iako su politički subjekti obećavali da će ženama pružiti veće mogućnosti, to se nije odrazilo u praksi. Čak ni unapređenje zakonodavstva nije rezultiralo povećanjem broja žena uključenih u izbornu kampanju. Tokom kampanje, postojao je primetan jaz između žena i muškaraca kako u pogledu učešća, tako i kao govornika u ovim aktivnostima. Na 779 skupova koje su

održali politički subjekti, samo oko 14% od ukupnog broja učesnika bile su žene. U međuvremenu, među kandidatima koji su držali govore tokom kampanje, samo 27% njih su bile žene. Štaviše, kandidatkinje su se suočile sa velikim brojem direktnih napada u onlajn prostorima, što je trend koji ukazuje na stalne izazove u obezbeđivanju jednakih uslova za sve učesnike u izbornom procesu.

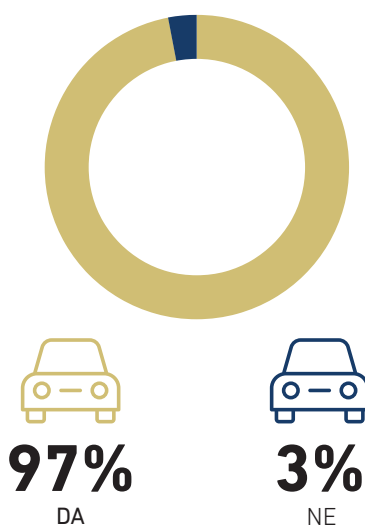
Korišćenje javnih resursa u izborne svrhe

Važeće zakonodavstvo zabranjuje korišćenje javnih, finansijskih i ljudskih resursa političkim subjektima na vlasti, jer korišćenje ovih resursa stvara nepravedne prednosti i narušava princip ravnopravnog nadmetanja između političkih subjekata. Zakonom je propisano je da je *“strogo zabranjeno korišćenje javnih funkcija, resursa ili osoblja bilo koje institucije na centralnom ili lokalnom nivou u svrhu podrške političkom subjektu na izborima”*. Dalje u istom članu se navodi da *“politički subjekti ne smeju da eksploatišu državne službenike koji koriste svoj položaj, resurse ili kadrove za kampanju tokom izbora”*.

Posmatrači DnV-a su evidentirali slučajeve u kojima su politički subjekti koristili službena vozila i javne službenike u izborne svrhe. Prisustvo službenih vozila primećeno je u najmanje 25 aktivnosti, u 4 slučaja na centralnom nivou kada je aktivnosti održavala vladajuća partija, i u 22 slučaja kada su aktivnosti organizovale druge stranke, uglavnom LDK u 11 aktivnosti, AAK u 7 aktivnosti, i PDK u 1 aktivnosti – u opštinama u kojima ove stranke vladaju. Ova godina je zabeležila značajan napredak u odnosu na parlamentarne izbore 2021. godine, kada je korišćenje službenih vozila zabeleženo u ukupno 38 aktivnosti.

U međuvremenu, prisustvo javnih zvaničnika prijavljeno je u 23 aktivnosti, od kojih su 11 bile aktivnosti koje je organizovao PDK, 8 LDK, a 2 LVV i koalicija AAK-NISMA. konkretno u 2 aktivnosti koje je organizovala vladajuća partija LVV i u 21 slučaju u aktivnostima drugih partija. U međuvremenu, u pogledu prisustva javnih službenika, primećena je mala razlika u odnosu na izbore 2021. godine, gde je identifikovano 19 slučajeva učešća javnih službenika u kampanji.

% skupova na kojima je bilo prisutnih službenih vozila



% okupljanja na kojima su bili prisutni javni zvaničnici

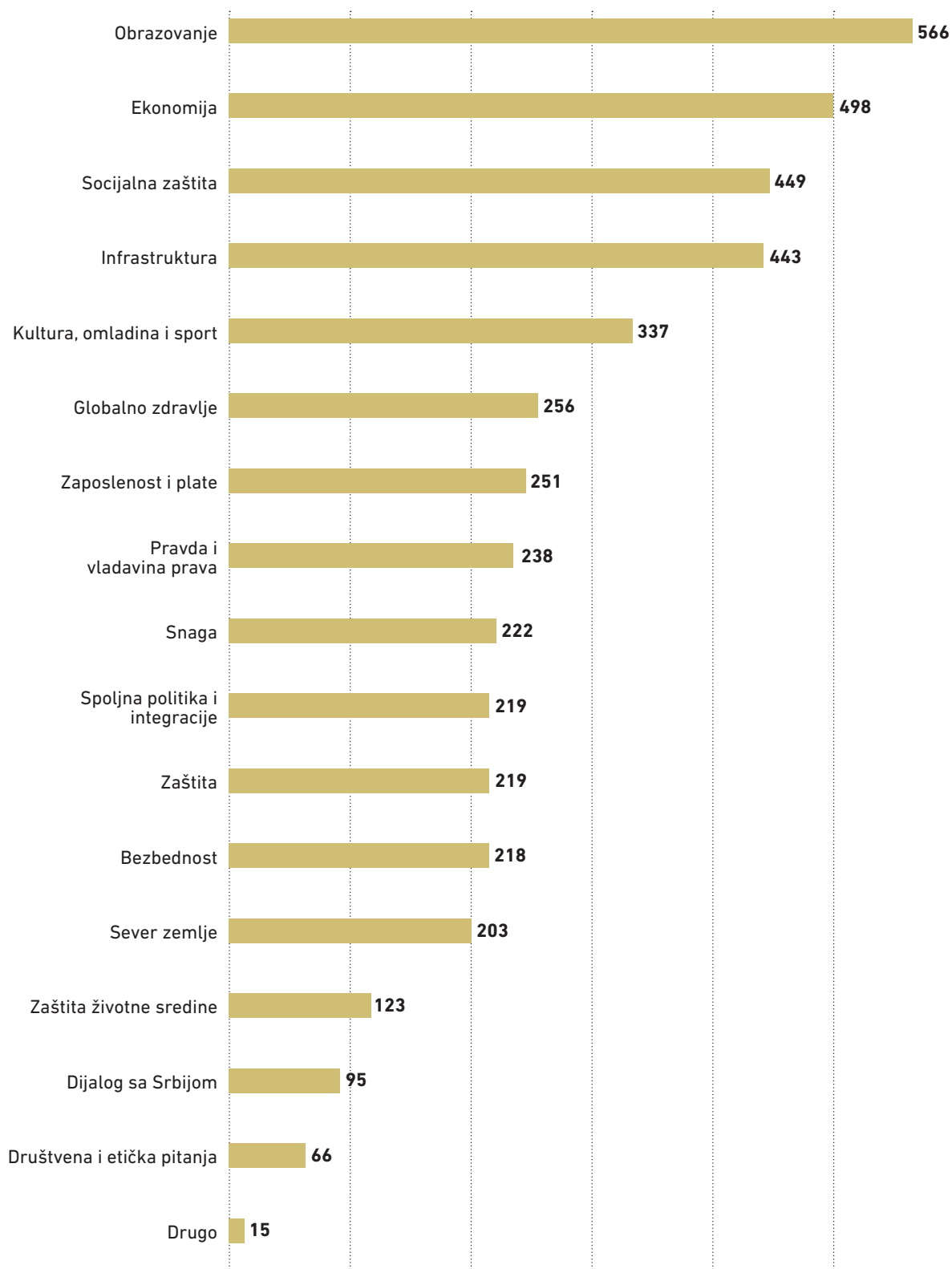


Političke poruke i sadržaj govora

Pozitivan aspekt ove kampanje je povećana pažnja političkih subjekata na programska pitanja, što odražava strukturiranje napora da se bave temama koje su važne za građane. Uprkos slučajevima govora mržnje i polarizovanog diskursa, političke debate su, generalno, pokazale povećan nivo diskusija o konkretnim pitanjima kao što su obrazovanje, ekonomija, socijalna zaštita, bezbednost i odbrana. Posebnost ove kampanje bila je jasna podela prioriteta između vladajuće i opozicione stranke. Dok je Pokret Vetevendosje svoj narativ orijentisao uglavnom na pitanja suvereniteta i teritorijalnog integriteta, poklanjajući posebnu pažnju severu zemlje, opozicione stranke su se više fokusirale na ekonomska pitanja, kao i na pitanje obrazovanja, nudeći alternative za razvoj i oporavak zemlje. Međutim, za neke od predloga, iako su zvučali atraktivno i korisno, često su nedostajali detalji o njihovim planovima implementacije. Bilo je malo diskusija o potencijalnim izvorima finansiranja i konkretnim načinima rešavanja izazova koje su politički subjekti pominjali tokom svojih govora. Bez detaljnog pristupa i konkretnog plana za sprovođenje ovih predloga, teško je proceniti da li se oni mogu sprovesti i dati rezultate koje obećavaju.

Najveći politički subjekti u trci, PDK, LDK i AAK, objavili su svoje političke programe na svojim zvaničnim sajtovima pre kampanje. Ovo je bio pozitivan korak, jer je osiguralo transparentnost i omogućilo građanima da imaju pristup informacijama neophodnim za donošenje informisanijeg izbora. S druge strane, LVV je svoj izborni program objavio sa zakašnjenjem, tek u drugoj nedelji kampanje, iako je obećao da će ga objaviti na početku kampanje. Za razliku od pravog izbornog programa, ovaj dokument je bio spisak obaveza za radnje koje treba preduzeti u različitim sektorima zemlje.

SLIKA 5 Teme/pitanja koja su bila deo govora tokom kampanje



Upotreba huškačkog jezika i jezika mržnje

Jedan od najvidljivijih elemenata ove kampanje bila je upotreba huškačkog jezika i jezika mržnje od strane političkih subjekata i njihovih kandidata. Tokom perioda kampanje, često su zabeleženi međusobni napadi, lične optužbe i upotreba pogrdnih izraza, stvarajući polarizirajuću atmosferu koja podriva integritet fer i demokratske konkurencije. Ova pojava je bila prisutna kako na izbornim skupovima, tako i na digitalnim platformama, gde je uočen porast upotrebe govora mržnje i uvreda. Posmatrači DnV-a su prijavili desetine slučajeva u kojima su politički subjekti koristili ovu vrstu jezika, označavajući kandidate i druge subjekte u izbornom nadmetanju. Ovaj jezik je uglavnom bio političke i lične prirode, sa nekim slučajevima pozivajući ljude da ne glasaju za određene pojedince ili subjekte.

Upotreba govora mržnje identifikovana je na 129 skupova političkih subjekata, što čini 17% ukupnih predizbornih aktivnosti. U komparativnoj perspektivi, ovaj jezik je prisutan na sličnim nivoima u svim partijama, kako na vlasti, tako i u opoziciji, ali sa dominacijom u aktivnostima vladajuće partije. Konkretno, huškački govor ili govor mržnje se javio na 21% skupova LVV, 17% LDK, 14% aktivnosti PDK i 20% AAK.

Štaviše, ova pojava se odrazila i na odluke Izbornog panela za žalbe i predstavke (IPŽP), koja je izrekla znatan broj novčanih kazni u ukupnom iznosu od 360 hiljada evra, u slučajevima kada je korišćen govor mržnje. Po prvi put, IPŽP je počeo da izriče kazne za navodna kršenja od strane pristalica političkih subjekata koji su koristili takav jezik, kako na skupovima na terenu, tako i na društvenim mrežama.

Upotreba huškačkog jezika je zabranjena važećim zakonima. Sankcionisanje ovog jezika predviđeno je članom 34. Zakona o izborima, koji definiše zabranjene radnje za političke subjekte tokom izbornog procesa, jasno stavljajući do znanja da se upotreba govora mržnje ne toleriše i da mora biti praćena kaznama kako bi se obezbedio fer i nepristrasan izborni proces.⁹

⁹ Zakon o opštim izborima, na <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=77074>

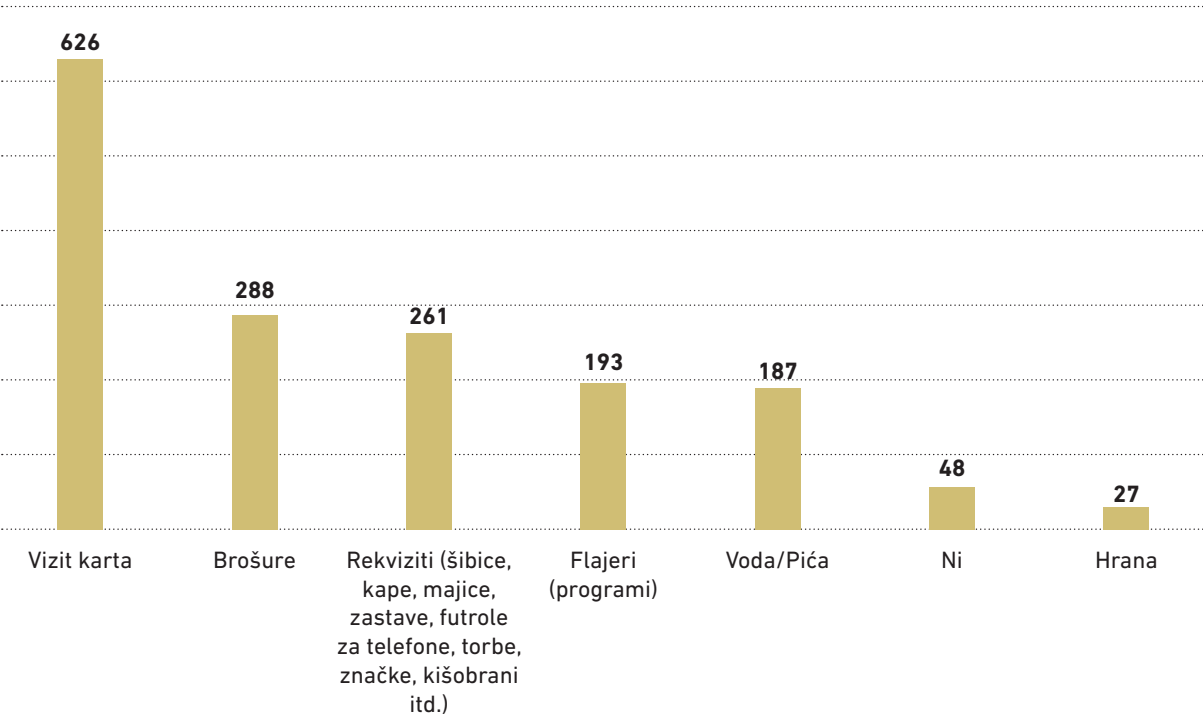
Rashodi za aktivnosti kampanje

Praćenje izborne kampanje uključivalo je i troškove konkurentskih političkih partija za organizovanje različitih izbornih aktivnosti.

Nedelju dana nakon objavljivanja ukaza predsednika, 21. avgusta 2024. godine, CIK je odlučio da ograniči troškove izborne kampanje za konkurentne političke subjekte, koji bi bili sertifikovani za učešće na izborima za Skupštinu Kosova. Ovom odlukom utvrđeno je da politički subjekt ima pravo da potroši do oko 2 miliona evra, odnosno 1 evro po registrovanom biraču.¹⁰

Tokom praćenja izbornih aktivnosti, DnV je identifikovao i dokumentovao nekoliko elemenata koji predstavljaju finansijske troškove tokom kampanje. Jedan od najznačajnijih aspekata je distribucija promotivnog materijala, kao što su vizit karte, brošure i razni rekviziti, koji su distribuirani u velikom broju. Ova vrsta distribucije može se smatrati uobičajenom metodom za povećanje izloženosti kandidata i političkih partija.

SLIKA 6 Broj skupova pre i tokom kojih su deljeni sledeći materijali/proizvodi

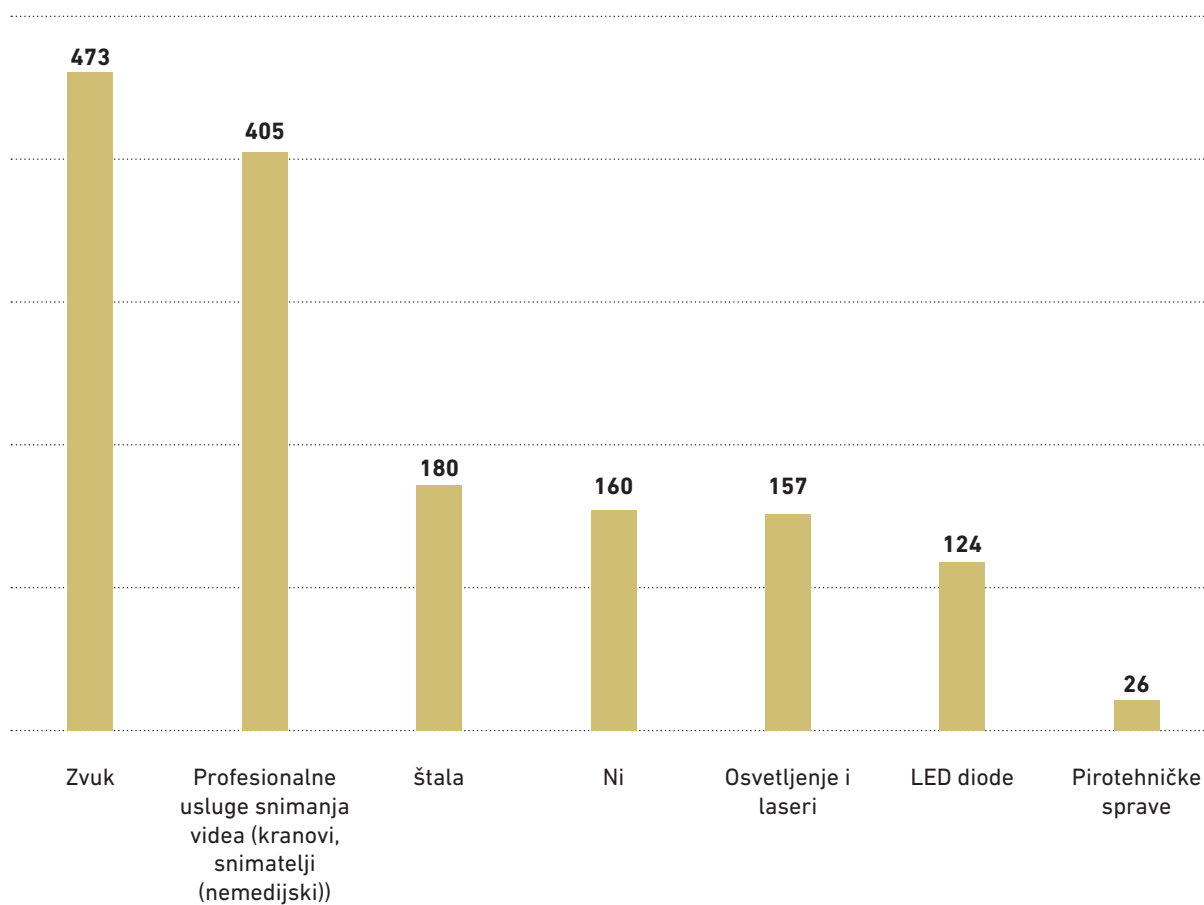


¹⁰ Vidite odluke CIK-a od 23. avgusta 2024. godine na <https://shorturl.at/b2maS>

Pored promotivnih materijala, u mnogim izbornim aktivnostima primećena je podela pića i hrane, što može direktno uticati na motivaciju i učešće građana u ovim aktivnostima. Korišćenje drugih usluga, poput ozvučenja, profesionalnih video usluga, bina i osvetljenja, ta-

kođe je značajno povećalo troškove, uključujući aktivnosti koje zahtevaju značajna ulaganja.

SLIKA 7 Broj okupljanja na kojima su korišćene sledeće usluge



U 22 slučaja politički subjekti su obezbedili organizovan prevoz učesnika, što je praksa koja može povećati učešće na skupovima, ali može podrazumijevati i korišćenje ove vrste usluge u izborne svrhe.

Ove prakse pokazuju da izborne kampanje i dalje karakteriše visok intenzitet troškova, često iznad onoga što je merljivo ili standardizovano u okviru koga je odredio CIK.

Atmosfera i bezbednost

Generalno, atmosfera predizborne kampanje je uglavnom bila mirna. Ipak, tokom perioda kampanje zabeleženo je nekoliko izolovanih incidenata, što je izazvalo zabrinutost u pogledu poštovanja demokratskih standarda. Glavni incidenti uključuju bacanje oštih predmeta i pirotehničkih sredstava na mitingu koji je održao Pokret Samoopredeljenje u Srbici¹¹, paljenje propagandnog materijala kandidata, kao i nekoliko incidenata u opštinama sa srpskom većinom, kao što je ometanje izbornih aktivnosti u Gračanici, bacanje

molotovljevog koktela na vozilo CIK-a i nekoliko drugih incidenata na severu zemlje. Ovi akti su bili napadi na slobodu okupljanja i slobodno izražavanje, stvarajući atmosferu napetosti i neizvesnosti koja je bila u potpunoj suprotnosti sa osnovnim principima demokratije.¹²



Što se tiče obezbeđenja predizbornih aktivnosti,

na 604 skupa

o bezbednosti aktivnosti brinula je policija,



na 53 skupa

privatne bezbednosne firme, dok



na 160 skupova

obezbeđenja uopšte nije bilo.

¹¹ Koha Net, "Kurti traži glasove u Drenici usred bacanja vatrometa", na <https://www.koha.net/arberi/tensione-prane-tubimit-te-kurtit-ne-skenderaj-in-tervenon-policia>

¹² Pogledajte saopštenje DnV-a " Incident u Srbici narušava izbornu nadmetanje i slobodu okupljanja" na <https://www.facebook.com/share/p/1FRXm-V7wSF/>

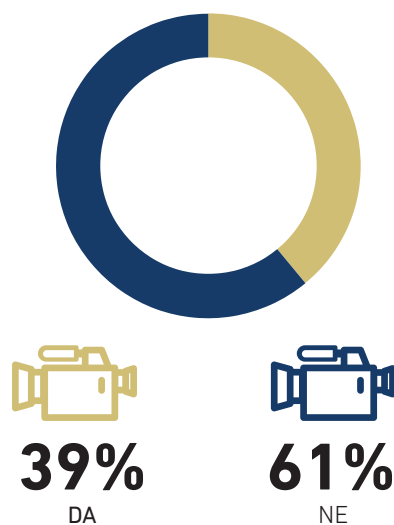
Pokrivanje medijskih aktivnosti

Tokom perioda koliko je trajala izborna kampanja, medijski pejzaž je bio polarizovan, a karakterisala su ga dva glavna dešavanja. Pokret Samoopredeljenje je zadržao dosledan konfrontacioni pristup prema novinarima, čak je bojkotovao neke medije; a neki mediji su smatrani pristrasnim u svom pokrivanju i izveštavanju. Ova akcija je značajno ograničila transparentnost i stvorila nejednakost u pristupu građana izbalansiranim informacijama o izbornim ponudama, što je uticalo na kvalitet javne rasprave. Premijer i funkcioneri vladajuće stranke koristili su uvredljivu retoriku protiv medija, optužujući ih za manipulaciju i negativan uticaj na javno mnjenje.

Mediji su bili prisutni na 39% aktivnosti izborne kampanje, posebno na velikim skupovima na kojima su bili prisutni lideri stranaka i visoki predstavnici stranaka. Uglavnom nije bilo prepreka za medije i organizacije civilnog društva da prate i prate aktivnosti kampanje. Međutim, bilo je izolovanih slučajeva, posebno onih koje je organizovala vladajuća partija, gde su medije u svom radu sprečavali sami organizatori političkih subjekata, uz tvrdnju da mediji namerno objavljuju snimke sa početka skupova, kada učesnici još nisu stigli, kako bi se stvorio utisak da su ti skupovi propali.

Događaji tokom kampanje u vezi sa medijima pokazuju da je neophodno balansirati potrebu za tačnim izveštavanjem sa zaštitom slobode medija, obezbeđujući da oni mogu da rade bez nepotrebnog mešanja, uz održavanje pravičnosti i objektivnosti u izveštavanju o događajima.

% skupova kojima su prisustvovali mediji prisutni



Kampanja na društvenim mrežama

Ovogodišnja kampanja donela je znatnu mobilizaciju na društvenim mrežama, uz primetan porast broja sponzoriranih objava i potrošnje na digitalnu promociju od strane partija i kandidata, uz rekordnu cifru potrošnje od 200 hiljada evra. Ovo drastično povećanje potrošnje odražava jasnu promenu u načinu vođenja kampanje, gde su društvene mreže postale glavno sredstvo izborne komunikacije, u velikoj meri zamenjujući tradicionalne metode promocije.

U prvim nedeljama kampanje, podaci koje prati DnV pokazali su spor početak ulaganja u sponzorstva na digitalnim platformama. U prvoj nedelji, potrošnja na sponzorstva na Facebooku i Instagramu (Meta) bila je ograničena, sa ukupno oko 25,000 evra za preko 1,000 objava. Nakon ovog skromnog početka usledilo je značajno povećanje tokom druge nedelje, kada se potrošnja udvostručila i dostigla skoro 40,000 evra, a broj postova porastao na oko njih 2,000. Ovo povećanje ukazuje na to da su stranke intenzivirali svoj angažman na društvenim medijima, kako bi se pripremile za aktivniji period kampanje.

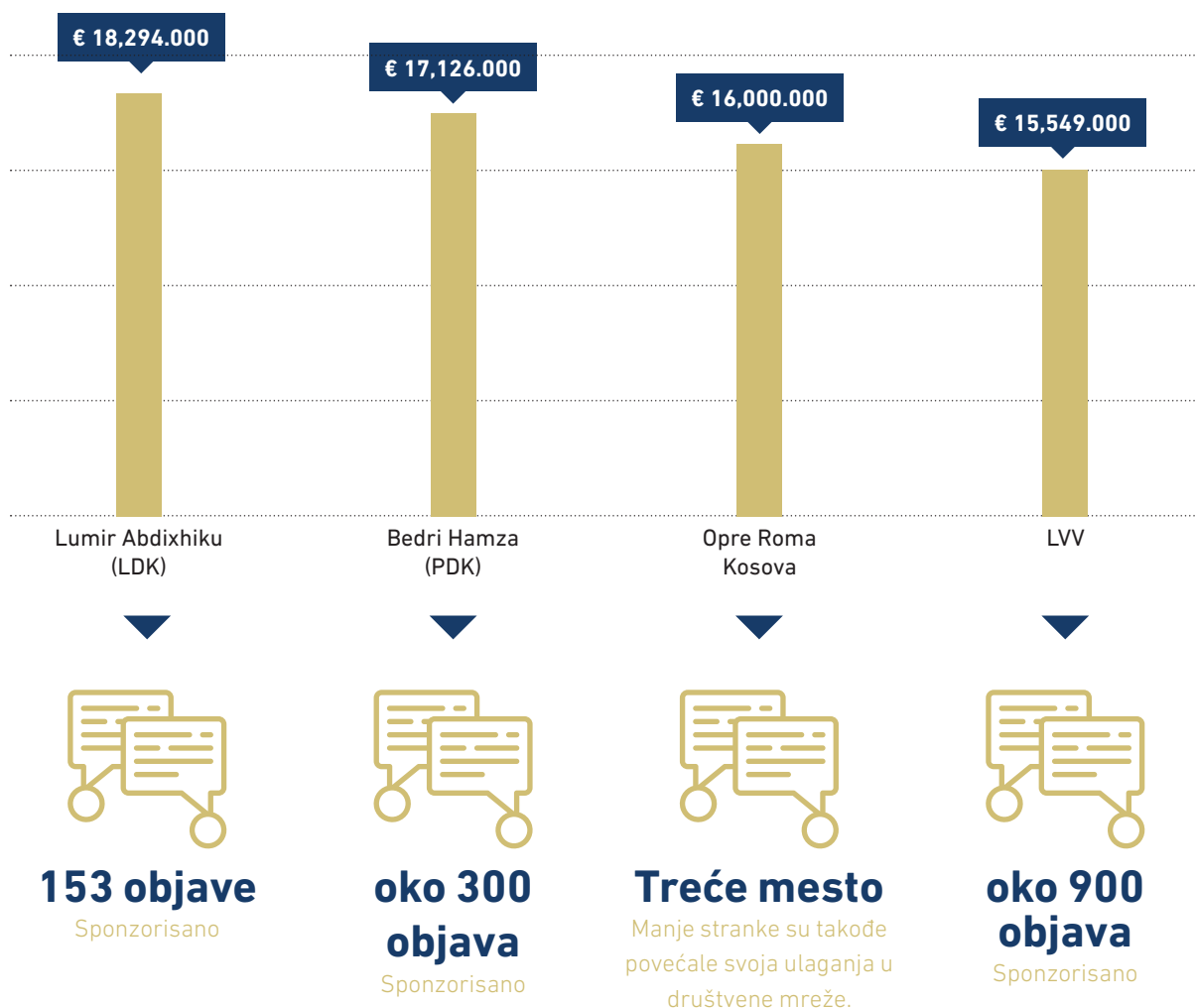
Veliki napredak u korišćenju društvenih mreža kao alata kampanje, uporedo sa povećanjem potrošnje, desio se u trećoj nedelji, kada se potrošnja utrostručila u odnosu na prvu nedelju, dostigavši preko 50,000 evra za 3,000 sponzoriranih objava. Ovo povećanje je praćeno intenziviranjem potrošnje glavnih opozicionih kandidata, posebno Lumira Abdixhikua (LDK) i Bedri Hamze (PDK), koji su potrošili po preko 12,000 evra. Potrošnja pokreta Vetevendosje, koja je do tada bila minimalna, takođe je porasla, odražavajući promenu strategije kampanje i veću posvećenost dosezanju publike na društvenim medijima.

Pri zaključivanju kampanje, DnV je identifikovao još veći porast troškova. Ukupni troškovi cele kampanje dostigli su 200,000 evra za oko 8,000 sponzoriranih postova.

Među kandidatima u izbornom nadmetanju Lumir je vodio sa najvećim sponzorskim troškovima. Abdidžiku (LDK) sa ukupno preko 18,000 evra za 153 sponzorirane objave. Posle njega, Bedri Hamza (PDK) je potrošio preko 17,000 evra za oko 300 postova. Entitet romske zajednice, Opre Roma Kosova, zauzeo je treće mesto, potrošivši 16,000 evra, što ukazuje da su manje stranke takođe povećale svoja ulaganja u društvene mreže.

Pokret Vetevendosje, iako je imao najveći broj sponzoriranih postova (oko 900 postova), potrošio je manji iznos, oko 14,000 evra. Ovo ukazuje na strategiju koja je više fokusirana na obim, sa velikim brojem postova koji imaju za cilj da dođu do šire publike, ali se takođe oslanjaju na interne aktivističke mreže za stvaranje organske distribucije.

SLIKA 8 Najveći potrošači na društvenim mrežama



Konačno, lista najvećih potrošača takođe uključuje imena kao što su Memli Krasniqi (PDK), Ramush Haradinaj (AAK), kao i nekoliko drugih kandidata LDK i PDK, što ilustruje koordinisani napor da se maksimizira uticaj na društvenim medijima. Konkretno, kandidat LDK Krenar Xhaferi (sa oko 5,600 evra), kandidat AAK Egzon Kelmendi (sa oko 4 hiljade evra) i kandidatkinja PDK-a Aurora Berisha (sa 3,400 evra), upotpunjuju listu deset najvećih potrošača na društvenim mrežama za 30 dana

kampanje. Troškove ovih kandidatura, iako predstavlja ju napor da se poveća njihova vidljivost i mobiliše stalna podrška, treba dalje analizirati u odnosu na finansijsko izveštavanje, znajući da kandidati imaju zakonsku obavez u da sve troškove ostvare preko jedinstvenog bankovnog računa političkog subjekta. U stvari, s obzirom na to da ogromnu većinu potrošnje na društvene medije čine kandidati, odgovarajuća Kancelarija za finansijsku kontrolu u okviru CIK-a to treba ozbiljno tretirati.

Žalbe IPŽP-u i odluke o prekršajima tokom izborne kampanje

Tokom izborne kampanje, Izborni panel za žalbe i predstavke (IPŽP) primila je ukupno 450 pritužbi, uglavnom u vezi sa kršenjem Zakona o opštim izborima. Takve pritužbe uključuju korišćenje javnih resursa za kampanju, upotrebu huškačkog jezika i jezika mržnje i uključivanje dece u političke aktivnosti. Ova kršenja odražavaju jasan problem u vođenju kampanje i poštovanju osnovnih demokratskih principa, narušavajući integritet izbornog procesa. Za primljene žalbe, IPŽP

je doneo ukupno 149 odluka i izrekao novčane kazne političkim subjektima u ukupnom iznosu od 612,100 evra.

Najviše novčanih kazni izrečeno je vladajućoj stranci LVV, zatim PDK, LDK i AAK-NISMA. Slični prekršaji utvrđeni su i za nekoliko manjih partija, Koaliciju za porodicu, dok su novčano kažnjene i stranke iz srpske zajednice, među kojima je Srpska lista.¹³

Politički subjekti	Odluke	Novčana kazna
LVV	47	€ 210,500
DCP	28	€ 144,500
LDK	31	€ 136,600
AAK, INISTA	13	€ 37,300
Srpska lista	6	€ 26,500
Koalicija za porodicu	8	€ 18,500
Srpska demokratija	3	€ 12,000
Partija Kosovskih Srba (PKS)	2	€ 7,200
Nova Demokratske Stranka (NDS)	2	€ 4,000
Inicijativa e Re Demokratike e Kosovës (IRDK)	2	€ 3,500
Slobodu Pravdu i Opstanak	1	€ 3,500

¹³ Podaci su dobijeni redovnim praćenjem rada IPŽP-a i potvrđeni su kroz komunikaciju sa zvaničnicima IPŽP-a.

Politički subjekti	Odluke	Novčana kazna
PLE	2	€ 3,000
Nasa Bosnjacka Koalicija (NBK)	1	€ 1,500
Koalicioni Vakati	1	€ 1,500
Partia e Ashkalinjëve të Integruar (PAI),	1	€ 1,000
OPRE ROMA Kosova	1	€ 1,000
Ukupno	149	€ 612,100

Uprkos velikim kaznama koje je IPŽP izrekao tokom predizborne kampanje, u odlukama ove institucije primetna je pojava neujednačenih kazni. Bilo je slučajeva kada je za slična kršenja, kao što je upotreba huškačkog i govora mržnje, IPŽP izricao različite kazne političkim partijama. Na primer, u nekim slučajevima za upotrebu huškačkog jezika, kazne su se kretale od 3,000 evra do 20,000 evra. Postojala je i drugačija interpretacija standarda, kao što je upotreba reči "prevarant", što se u nekim slučajevima nije smatralo kršenjem, dok je u drugim rezultiralo novčanim kaznama.

Još jedan fenomen su različite kazne za iste prekršaje, kao što je korišćenje javnih resursa i postavljanje izbornog materijala u javne prostore. Na primer, u slučaju postavljanja plakata na javnim prostorima, jedan politički subjekt je kažnjen sa 4,000 evra, dok je drugi za slične prekršaje kažnjen sa 5,500 evra. Ove varijacije u kaznama odražavaju nedostatak konzistentnosti i uniformnosti u donošenju odluka IPŽP-a, oživljavajući pitanja o jednakoj primeni zakona na sve političke subjekte.

Od odluka koje je doneo IPŽP, na ukupno 29 odluka uložene su žalbe Vrhovnom sudu. Od toga, 22 odluke su potvrđene od strane Suda, dok je 7 odluka delimično izmenjeno. Uprkos poništenju nekoliko odluka Vrhovnog suda, primećeno je da ni ovaj sud nije sledio doslednu liniju odlučivanja za slične prekršaje od strane političkih subjekata. Ovo je posebno bilo evidentno u slučajevima osuđujućih presuda za upotrebu huškačkog govora i govora mržnje, gde su pritužbe često odbijane kao neosnovane, dok su u nekim slučajevima odluke IPŽP-a potvrđene i poništene.

Ovaj rezultat je ukazao na potrebu poboljšanja parametara donošenja odluka, naglašavajući važnost jasnog i ravnopravnog tumačenja zakona, kao i njegove pravne primene prema svim političkim subjektima.

Preporuke

Na osnovu nalaza iz posmatranja izborne kampanje i perioda koji je prethodio zvaničnoj kampanji, Demokracija na delu (DnV) nudi sledeće preporuke, koje imaju za cilj da poboljšaju vođenje izbornih kampanja u budućnosti:

Za političke subjekte:

- **Rano objavljivanje i dostupnost političkih programa:** Politički subjekti treba da obezbede da njihovi programi budu dostupni građanima što je pre moguće i u različitim oblicima objavljivanja, kako u tradicionalnim medijima tako i na onlajn platformama, kako bi se omogućila informisana debata. Programi treba da budu napisani jednostavnim, razumljivim jezikom za sve građane i da sadrže objašnjenja o finansijskim izvorima i implementaciji predloga, pomažući građanima da donesu informisane izbore i shvate da li su planovi ostvarljivi u okviru budžetskih mogućnosti zemlje.
- **Učešće građana i uključivanje marginalizovanih grupa:** Tokom izborne kampanje, politički subjekti moraju da obezbede da svi građani imaju jednake mogućnosti da učestvuju u aktivnostima, obezbeđujući pristup i neophodnu infrastrukturu za osobe sa invaliditetom. Štaviše, kampanje treba da aktivno angažuju žene i obezbede da budu predstavljene kao učesnici i govornici. Takođe je važno izbegavati prakse koje uključuju decu u političke aktivnosti, jer je to protivzakonito i može negativno uticati na razvoj dece.
- **Garantovanje slobode okupljanja tokom izborne kampanje:** Sloboda okupljanja je osnovno pravo koje obezbeđuje pošten izborni proces. Treba izbegavati incidente koji su se desili tokom kampanje, jer štete slobodi izražavanja i negativno utiču na poverenje građana. Političke stranke, građani i bezbednosne institucije moraju da obezbede bezbedno okruženje za okupljanja bez nasilja i opstrukcija. Garantovanje ove slobode ključno je za poštenu kampanju, omogućavajući građanima da izraze svoje mišljenje i doprinesu odlukama koje će uticati na budućnost zemlje. Takođe je važno da sve strane poštuju zakone koji štite ovu slobodu, kako bi se osigurao bezbedan i pravičan proces.
- **Fokusiranje na programe i uzdržavanje od upotrebe huškačkog jezika i jezika mržnje:** Politički subjekti treba da usredsrede svoje govore na konkretne predloge i teme koje su od suštinskog značaja za povećanje blagostanja građana. Govori treba da ponude praktična rešenja za pitanja koja utiču na svakodnevni život građana i promovišu održivi razvoj zemlje. Takođe je važno da se stranke uzdrže od huškačkog jezika i govora mržnje, kao i od ličnih napada ili diskriminacije određenih grupa. Upotreba takvog diskursa je suprotna zakonu i štetna po društveno jedinstvo.
- **Garantovanje nesmetanog učešća medija i poštenog izveštavanja o aktivnostima izborne kampanje:** Politički subjekti moraju da obezbede nesmetan pristup medijima da prate aktivnosti kampanje, omogućavajući otvoreno i transparentno predstavljanje. Ovo je važno kako bi se građanima omogućilo da dobiju potpune i tačne informacije o svim strankama, obezbeđujući fer izborni proces. Mediji takođe treba da prate aktivnosti svih političkih subjekata podjednako i objektivno, bez favorizovanja nijedne stranke, kako bi se sačuvao integritet izbornog procesa. Institucije za nadzor medija, kao što je Nezavisna komisija za medije (NKM), treba da obezbede da mediji poštuju ove principe, intervenišući u slučajevima kršenja, kako bi se garantovao pošten i kredibilan izborni proces.

Za centralni i lokalni nivo:

- **Nekorišćenje javnih resursa u izborne svrhe:** Vlada, na centralnom i lokalnom nivou, mora da se uzdrži od donošenja političkih ili administrativnih odluka pre i tokom perioda izborne kampanje koje mogu uticati na orijentaciju glasova građana. Ovo uključuje svaku radnju koja bi mogla da stvori uočene koristi za politički subjekt, kao i donošenje odluka koje bi mogle uticati na korist jedne partije. Takođe je neophodno izbegavati korišćenje javnih resursa i javnih službenika u izborne svrhe, uključujući upotrebu službenih vozila i angažovanje službenika javne uprave u aktivnostima kampanje, kako bi se obezbedili jednaki uslovi i održalo poverenje građana u izborni proces.

Za pravosudne organe

- **Garantovanje koherentnosti i objektivnosti pravosudnih institucija:** IPŽP i Vrhovni sud treba da garantuju koherentnost i objektivnost u donošenju odluka. Razlike u odlukama i novčane kazne za slične prekršaje izazvale su zabrinutost u pogledu nepristrasnog tretmana prekršaja i izazvale sumnju u favorizovanje određenih političkih subjekata. Da bi se garantovala pravična i jednaka primena zakona, neophodno je da odluke IPŽP-a i Vrhovnog suda budu jasne, jednake i koherentne za sve političke subjekte. Ovo će eliminisati svaku moguću percepciju favorizovanja i doprineti kredibilnijem i jednostavnijem izbornom procesu, obezbeđujući da se zakon primenjuje podjednako na sve.



Demokracia në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action