

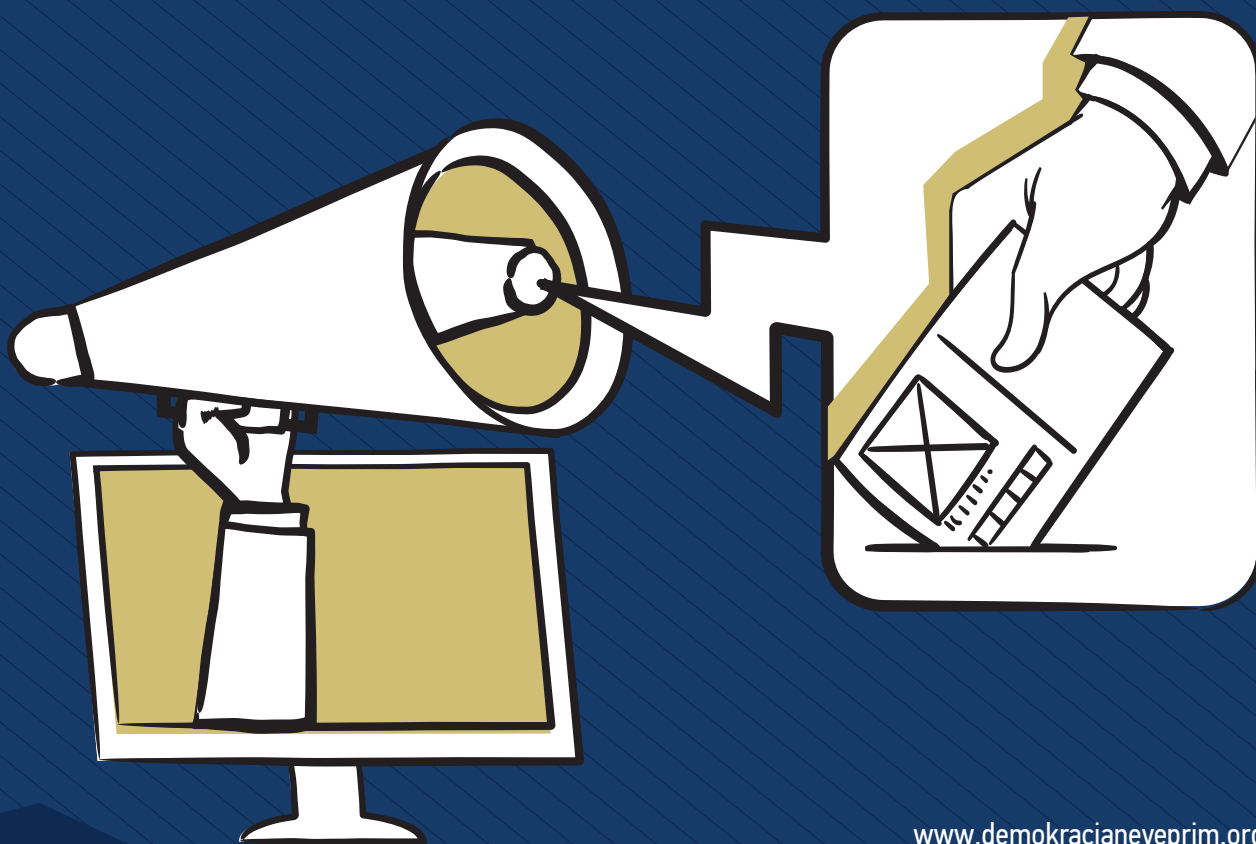


Demokracië në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action

OPŠTI IZBORI 2025

PRAĆENJE KRŠENJA NA DRUŠTVENIM
MREŽIMA TOKOM IZBORNE KAMPANJE

PRIŠTINA, FEBRUAR 2025.



OPŠTI IZBORI 2025

PRAĆENJE KRŠENJA NA DRUŠTVENIM
MREŽIMA TOKOM IZBORNE KAMPANJE



Pripremio: Democracy in Action (DnV)

Design: ENVINION

Autorska prava ©2025. Demokratija na delu (DnV).

Sva prava zadržana. Osim citiranja kratkih izvoda u svrhu kritike i recenzije, nijedan deo ove publikacije ne sme se reprodukovati, čuvati u sistemu za pretraživanje ili prenositi u bilo kojem obliku ili na bilo koji način, elektronski, mehanički, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način, bez prethodne dozvole DnV-a.

Sadržaj

Glavni nalazi	6
Rezime	8
Uvod.	9
Metodologija	10
Glavni nalazi	12
Opšte	12
Političke stranke i kandidati	20
Rodno zasnovano nasilje.	26
Preporuke	29
Dodatak 1: Rečnik ključnih pojmova	30

Društvene mreže na kojima je izvršeno najviše kršenja

91.8% Facebook

4.6% TikTok

2.6% Instagram

1% Youtube

Priroda prijavljenih kršenja

75.1% Govor mržnje

16.4% Klevetnički/pogrdni jezik

2.7% Lažne informacije

2.5% Ostalo

1.9% Dezinformacije

0.9% Memovi

0.5% Informacije izvan konteksta



GLAVNI NALAZI

Političke stranke sa najviše kršenja

43.2%	AAK-NISMA
18.9%	VV
14.8%	LDK
11.8%	PDK
10.7%	Koalicija za porodicu
0.6%	Srpska Lista

Najviše ciljane političke stranke

81.8%	VV	0.1%	Koalicija za porodicu
5.6%	PDK	0.1%	Srpska lista
4.2%	AAK-NISMA	4.1%	Ostalo
4.1%	LDK		

Vrsta navodnih prekršioaca

80.6%	Treća strana
11.4%	Individualni kandidat
7.8%	Pristalica političke stranke/kandidata
0.3%	Politička stranka

878

KRŠENJA



Jedinica za praćenje je prijavila ukupno 87 prekršaja koji su se desili tokom zvanične izborne kampanje za opšte izbore za Skupštinu Kosova, održane 9. februara 2025. godine.

Rezime

Izbornu kampanju na društvenim mrežama karakteriše oštra i nekonstruktivna klima, gde su lični napadi i propaganda zauzeli mesto demokratske debate. Ovakav pristup dugoročno utiče na percepciju građana o izbornom procesu i njihovo poverenje u demokratske institucije. Za budućnost je potreban uređeniji i nadzirani pristup političkoj komunikaciji na digitalnim platformama, kao i veća posvećenost institucija borbi protiv govora mržnje i dezinformacija u predizbornim kampanjama.

Pored nastojanja da se dobije izborna podrška, veliki deo kampanje fokusiran je na napade na političke protivnike, stvarajući oštru i konfrontirajuću sredinu. Politički subjekti nisu samo žrtve napada, već i aktivni akteri u širenju konfrontacijskih narativa i kršenja izborne etike. Uz značajan procenat evidentiranih kršenja, čini se da se značajan deo izbornih strategija fokusirao na diskreditaciju protivnika, a ne na promovisanje političkih programa i konstruktivnih ideja.

Međutim, većinu izbornih prekršaja nisu počinili direktno politički subjekti ili kandidati, već spoljni akteri, kao što su treće strane i razne pristalice. Politički akteri možda koriste neformalne mreže kako bi izbegli direktnu odgovornost za problematičan sadržaj. Dominacija kršenja od strane trećih strana povezanih sa VV ukazuje na jače prisustvo digitalnog aktivizma u korist ovog političkog subjekta, ali i izaziva zabrinutost zbog načina na koji se politička debata odvija u digitalnom prostoru. Ova situacija naglašava potrebu za jačom regulacijom i moderacijom digitalnog sadržaja tokom izbornih kampanja, kako bi se garantovao pravedniji i uravnoteženiji izborni proces.

Evidentno je da su negativne kampanje i napadi na društvene mreže bili važan deo političkih strategija tokom predizborne kampanje. Činjenica da su pojedini kandidati bili najviše napadnuti, posebno

oni iz VV, ukazuje na veći fokus na diskreditaciju određenih političkih ličnosti, a ne političkih subjekata u celini. Ovaj trend izaziva zabrinutost za kvalitet političke debate u digitalnim prostorima i potrebu za snažnijim merama zaštite kandidata od organizovanih kampanja dezinformacija i govora mržnje. Takođe naglašava glavnu ulogu koju društveni mediji igraju u oblikovanju percepcije birača, stvarajući napetu i često polarizovanu političku klimu.

Kampanju je karakterisala polarizovana klima, sa široko rasprostranjenom upotrebom konfrontacione retorike i strategija dezinformisanja. U tom kontekstu, Facebook i dalje ostaje dominantna platforma, postajući glavni alat za političku komunikaciju i, istovremeno, za širenje problematičnog sadržaja. Međutim, sve veći uticaj platformi kao što su TikTok i Instagram sugerise promenu pristupa, posebno za privlačenje mladih glasača kroz kraće i zanimljivije audiovizuelne formate. Medijska pismenost, mehanizmi nadzora i saradnja između društvenih platformi i izbornih institucija su od suštinskog značaja kako bi se osiguralo da se političke debate odvijaju u etičnijem i demokratskijem okruženju. Glavni izazov ostaje balans između slobode izražavanja i zaštite izbornih procesa od manipulacije i dezinformacija.

Takođe, žene u politici suočavaju se sa visokim nivoom pogrđnog jezika i uvredljivih komentara na društvenim mrežama, često su napadnute ne zbog svoje politike, već zbog ličnih aspekata i rodni stereotipa. Upotreba uvredljivog jezika kao sredstva za diskreditaciju i odvrćanje žena od političkog angažmana ukazuje na dubok društveni problem, koji zahteva snažan institucionalni odgovor i svest javnosti. Samo odbacivanjem ovih praksi i stvaranjem sigurnijeg i ravnopravnijeg prostora za žene u politici može se postići zdraviji i inkluzivniji politički diskurs.

Uvod

Vođenje predizbornih kampanja doživelo je veliku transformaciju u poslednjoj deceniji, a društveni mediji sada postaju glavna arena političke komunikacije. Opšti izbori na Kosovu 9. februara 2025. odrazili su ovaj trend, sa političkim debatama, promocijama i sukobima koji su se uglavnom prebacili na platforme kao što su Facebook i TikTok. Iako ovi digitalni prostori nude izvanredne mogućnosti za interakciju između birača i kandidata, oni su takođe stvorili nove izazove, kao što su širenje dezinformacija, upotreba pogrdnog jezika i povećana politička polarizacija.

Ovaj izveštaj ima za cilj da analizira kršenja utvrđena tokom predizborne kampanje na društvenim medijima, uključujući slučajeve govora mržnje, klevete, dezinformacija i strategije za diskreditaciju kandidata. Monitoring vezan za društvene mreže sproveda je organizacija Demokratija za razvoj (D4D), kao članica koalicije Demokratija na delu (DnV), a uključuje detaljno sagledavanje prirode kršenja, uključenih strana i njihovog uticaja na izbornu okruženje. Na osnovu podataka prikupljenih iz hiljada objava i komentara na društvenim mrežama, izveštaj baca svetlo na to kako su politički akteri i njihove pristalice koristile digitalne platforme da utiču na percepciju birača.

Jedan od najuznemirujućih aspekata ove kampanje bio je rodno zasnovan govor mržnje koji je bio prisutan u velikom broju objava i komentara, posebno protiv kandidatkinja. Mnogi od njih su se suočili s ličnim napadima i uvredama koje nisu bile vezane za njihovu političku platformu ili pozicije, već za njihov pol. Ovo pokazuje stalne izazove s kojima se žene u politici suočavaju u okruženju u kojem još uvek dominiraju rodni stereotipi i predrasude.

Izveštaj sadrži detaljne analize političkih stranaka koje su najviše ciljane, vrste kršenja koja su najčešće i njihov uticaj na ukupnu atmosferu kampanje. Baveći se ovim pitanjima, izveštaj ima za cilj stvoriti pravednije, etičnije i inkluzivnije izbornu okruženje, gde se politička debata više fokusira na ideje, a manje na lične napade ili omalovažavajuću propagandu.

Metodologija

Ovaj izveštaj je zasnovan na detaljnom praćenju izborne kampanje na društvenim mrežama, koje je sproveo tim od pet posmatrača. Monitoring se odvijao tokom perioda kampanje i imao je za cilj da identifikuje kršenja, analizira političke narative i proceni njihov uticaj na javno mnjenje.

Delokrug monitoringa

Monitoring se fokusirao na sadržaje koje su objavile političke stranke i njihovi kandidati na glavnim platformama društvenih medija, uključujući:

- Facebook – najčešće korišćena mreža za političke kampanje i diskusije
- TikTok – platforma koja se brzo razvija, posebno među mladim glasačima
- X (formerly Twitter) – koristi se prvenstveno za političke diskusije i objave
- YouTube – važan kanal za govore, intervju i promocije
- Instagram – koristi se za vizuelne objave i interakciju sa biračima

Monitori su svakodnevno proveravali zvanične veb stranice i naloge političkih stranaka i njihovih kandidata, beležeći sve objave objavljene tokom predizborne kampanje. Osim analize objava političkih subjekata, odeljak za komentare je takođe praćen kako bi se identifikovale interakcije trećih strana, uključujući pristalice, političke protivnike i druge korisnike društvenih medija koji nisu bili direktno uključeni u izbornu trku.

Korišćenje Pikasa platforme za analizu podataka

Kako bi osigurao dubinski i standardizovan monitoring, tim je koristio platformu Pikasa, analitički alat koji omogućava automatsko prikupljanje i obradu podataka sa društvenih mreža. Pikasa je pomogla u:

- identifikovanju i klasifikovanju negativnih, uvredljivih ili neprikladnih komentara
- merenju interakcija (lajkova, deljenja, komentara) kako bi se razumelo širenje i uticaj političkog sadržaja
- kategorizaciji kršenja po vrsti (govor mržnje, kleveta, lažne informacije, dezinformacije, itd.)
- identifikovanju najciljanih kandidata i stranaka tokom kampanje

Koristeći Pikasu, monitori su analizirali ukupno 86.576 članaka podeljenih na Facebook-u, uključujući objave stranaka, kandidata i komentare korisnika društvenih mreža.

Proces prikupljanja i analize podataka

Svi prikupljeni podaci se čuvaju i organizuju u centralnoj bazi podataka, uključujući:

- Objave i službene izjave političkih stranaka i kandidata
- Komentari i reakcije trećih strana, uključujući govor mržnje, klevetu i dezinformacije
- Vrsta prekršaja identifikovanih tokom monitoringa
- Platforma na kojoj je objavljena objava ili komentar
- Uticaj sadržaja, zasnovan na broju generisanih interakcija

Nakon prikupljanja podataka, tim za praćenje je sproveo dubinsku analizu kako bi identifikovao komunikacione obrasce, najviše ciljane subjekte i uticaj kršenja na ukupnu atmosferu kampanje.

Ograničenja studije

Ovaj izveštaj se fokusira samo na sadržaj objavljen na društvenim mrežama i ne uključuje privatne komunikacije ili podatke dostupne samo administratorima stranica. Zbog brze dinamike društvenih mreža i mogućnosti brisanja nekih objava ili komentara, neki slučajevi možda nisu uključeni u konačnu analizu. Međutim, kombinacija ručnog praćenja od strane tima DnV-a i korišćenja Pikase pruža sveobuhvatan pregled prirode i obima kršenja tokom predizborne kampanje.

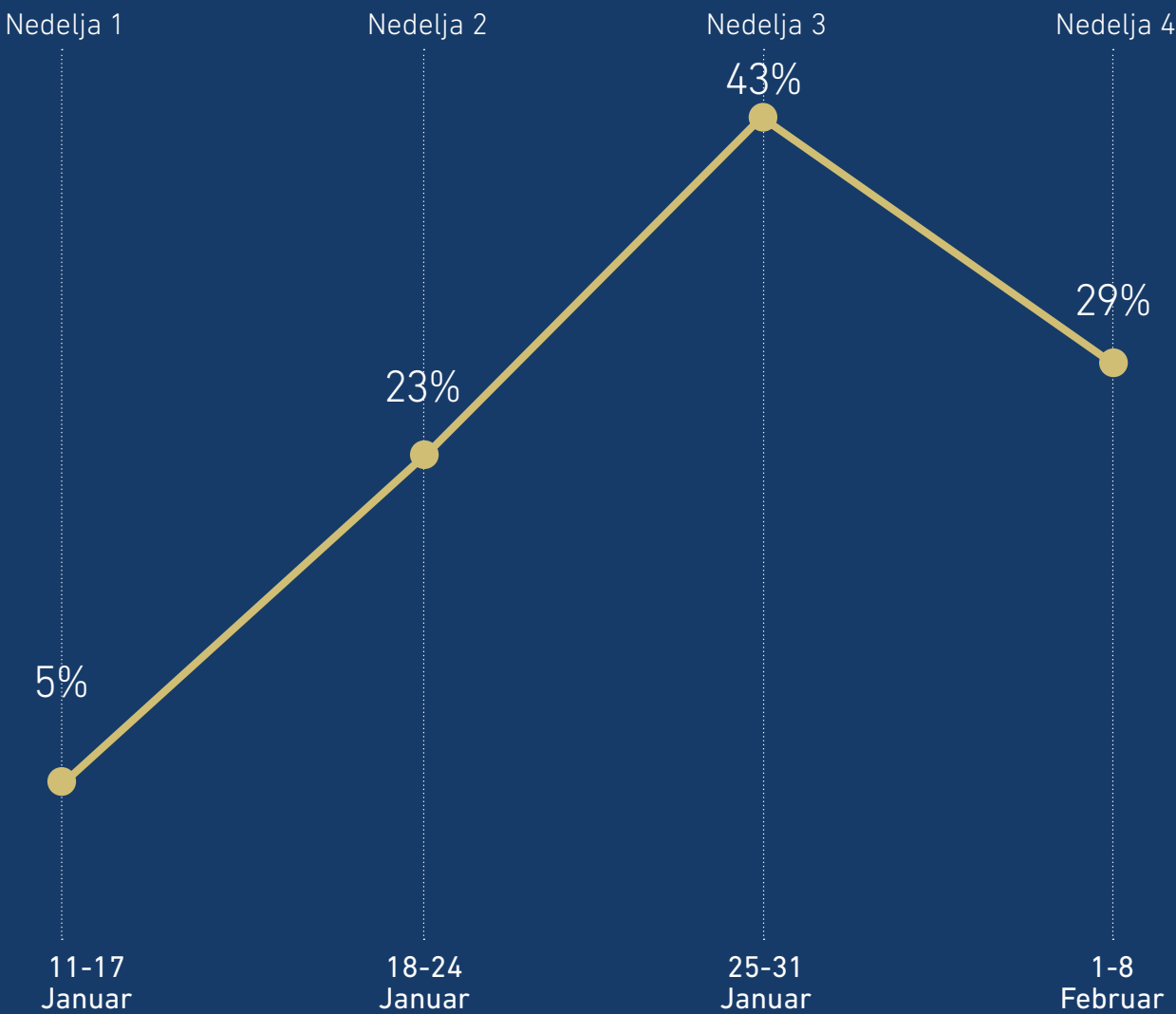
Glavni nalazi

Opšte

Jedinica za monitoring prijavila je ukupno 878 prekršaja koji su se desili tokom zvaničnog perioda kampanje za opšte izbore za Skupštinu Kosova, održane 9. februara 2025. Na ovim izborima učestvovalo je ukupno

28 političkih subjekata, među kojima je 20 političkih stranaka, pet koalicija, dve građanske inicijative i jedan nezavisni kandidat. Ove entitete činilo je ukupno 1.280 kandidata za poslanike. Zvanična izborna kampanja počela je 11. januara i trajala je do 8. februara.

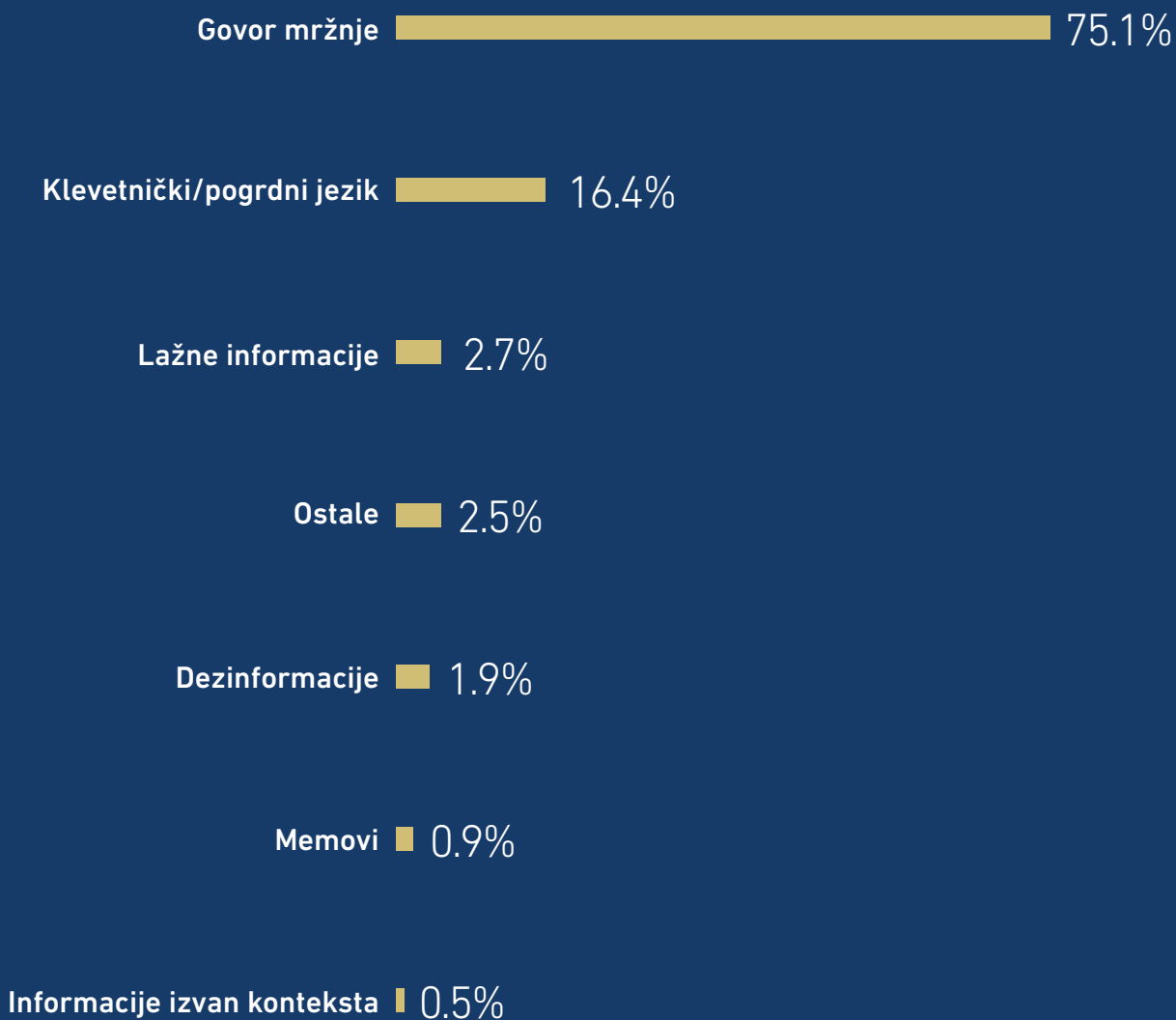
GRAFIKON 1 Prijavljeni prekršaji po periodu kada su se dogodili



Prva nedelja predizborne kampanje (11-17. januar) obeležila je nizak intenzitet prijavljenih prekršaja, koji čine 5% od ukupnog broja prekršaja koji su se desili tokom cele izborne kampanje. Tihi početak kampanje je uglavnom zbog spore mobilizacije političkih subjekata i slabe pažnje javnosti. Porast prekršaja se nastavio tokom druge nedelje (18-24. januar), označavajući 23% prekršaja, da bi dostigao vrhunac u trećoj nedelji (25-31. januar) sa 43% prekršaja. Tokom ove nedelje

retorika političkih stranaka je zaoštrena, a međusobni napadi sve veći. Četvrta nedelja (1-8. februar), ili završna nedelja kampanje, obeležila je pad od 29%. Na ovim izborima po prvi put nije primenjen dan izbornog ćutanja, kao rezultat izmena Zakona o opštim izborima. Ovo je možda uticalo na dinamiku kampanje, omogućavajući nesmetanu kampanju do dana izbora.

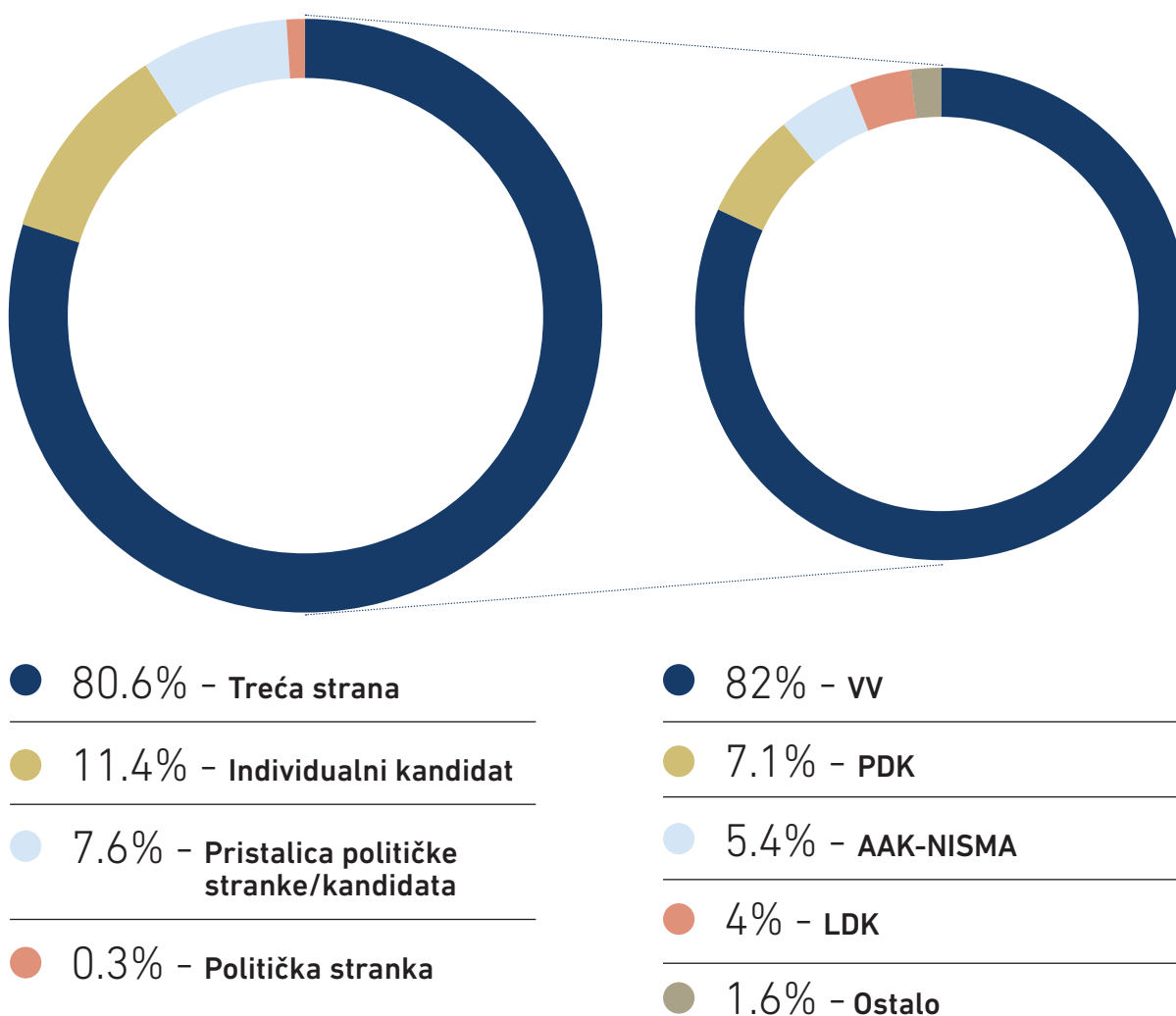
GRAFIKON 2 Udeo prijavljenih prekršaja prema vrsti prekršaja



Dve trećine prijavljenih kršenja odnosilo se na upotrebu govora mržnje, što je činilo veliku većinu slučajeva (75,1%). Ovo je zabrinjavajući trend u kampanji koja se fokusirala na verbalne napade i polarizaciju. Osim govora mržnje, značajan deo kršenja odnosio se na upotrebu klevetničkog i pogrdnog jezika (16,4%), što ukazuje na oštru klimu komunikacije između političkih aktera. Širenje lažnih informacija (2,7%) i dezinformacija (1,9%) takođe ukazuje na sklonost manipulaciji javnim mnijenjem, s ciljem uticaja na percepciju birača. Zanimljiv, iako manje prisutan, fenomen je upotreba memova (0,9%) i informacija izvan konteksta (0,5%) kao alata za dovođenje u zabludu ili prenošenje iskrivljenih poruka.

Ove brojke pokazuju da su i alternativni oblici političke komunikacije korišćeni da bi se na indirektan način uticalo na biračko telo. Pored glavnih kategorija, tokom monitoringa je identifikovan i mali procenat drugih prekršaja (2,5%), koje ocenjujemo kao neetičke. Sve u svemu, ovi podaci odražavaju napetu izbornu kampanju u kojoj su dominirali narativi konfrontacije, u kojoj su propaganda i lični napadi bili prisutniji od otvorene i konstruktivne debate.

GRAFIKON 3 Udeo prijavljenih kršenja od strane navodnih prekršilaca

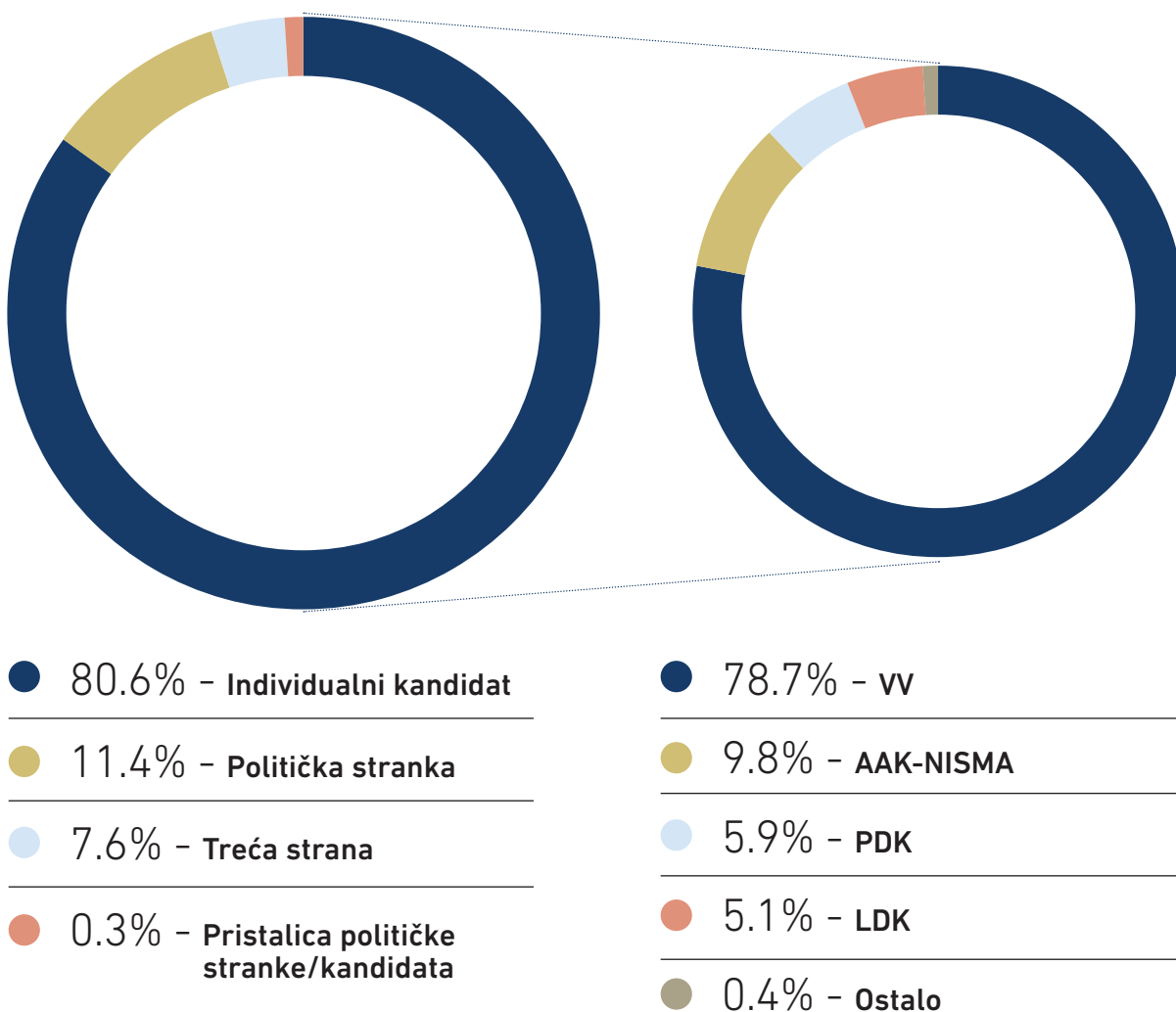


Podaci monitoringa pokazuju da su najčešće prekršaje tokom predizborne kampanje činila treća lica, što predstavlja 80,6% prijavljenih slučajeva. Ova kategorija uključuje aktere izvan kandidata i samih političkih stranaka, kao što su neformalne organizacije, uticajni pojedinci na društvenim mrežama, anonimne stranice i razne grupe koje podržavaju ili napadaju određene političke aktere. Ovaj rezultat pokazuje da veliki deo oštre retorike i kršenja zakona nije došao direktno od samih političkih stranaka ili kandidata, već od njihovih spoljnih pristalica.

Na drugom mestu po broju prijavljenih prekršaja su pojedinačni kandidati sa 11,4%, što ukazuje da su mali procenat prekršaja počinili direktno oni koji su se kandidovali na izborima. U međuvremenu, pristalice političkih stranaka ili kandidata čine 7,6% slučajeva, što odražava niže prisustvo kršenja od strane političkih aktivista i simpatizera u poređenju sa trećim stranama.

Ono što najviše upada u oči je činjenica da same političke stranke imaju najmanji procenat prijavljenih prekršaja, sa samo 0,3%, što ukazuje na veći oprez s njihove strane da izbegnu direktno uključivanje u

GRAFIKON 4 Najviše ciljane stranke



kažnjiva dela, možda zbog pravnih posledica i narušavanja javnog imidža.

Dalja analiza trećih strana pokazuje da su ogromnu većinu prekršaja u ovoj kategoriji počinili pristalice Vetëvendosje (VV), što čini 82% slučajeva. Ovo ukazuje na snažan angažman neformalnih mreža pristalica ove stranke u onlajn političkom diskursu, često koristeći grub jezik ili agresivne taktike protiv političkih protivnika.

Poređenja radi, pristalice PDK čine 7,1% prekršaja, dok pristalice AAK-NISMA čine 5,4% slučajeva. LDK je imao čak nižu uključenost, sa 4% prekršaja, dok pristalice drugih stranaka čine samo 1,6% u ovoj kategoriji.

Podaci monitoringa pokazuju da su pojedinačni kandidati političkih stranaka bili najčešće meta napada na društvene mreže, koji čine 86% svih prijavljenih slučajeva. Ovaj rezultat naglašava da su napadi i negativne kampanje uglavnom bili fokusirani na pojedinačne političke ličnosti, a ne na političke stranke kao kolektivne entitete. Na drugom mestu kao meta napada su same političke stranke, sa 10,6% slučajeva, što ukazuje da su i političke platforme bile izložene grubom jeziku i

neprijateljskoj propagandi. Treće strane – koje uključuju pojedince ili grupe koje nisu direktno uključene u izbornu trku – bile su na meti u samo 2,1% slučajeva, dok su pristalice političkih stranaka ili kandidati bili najmanje izloženi napadima, sa samo 0,6% slučajeva.

Dublja analiza napada na pojedine kandidate otkriva da je velika većina njih bila usmerena na kandidate VV, koji su bili meta 78,7% napada. To sugerise da su kandidati ove stranke bili više izloženi kritikama, negativnim kampanjama ili dezinformacijama, možda zbog svoje dominantne uloge u kampanji ili položaja na političkoj sceni. Drugo mesto po broju napada na kandidate zauzimaju AAK-NISMA sa 9,8% slučajeva, a slede kandidati PDK (5,9%) i kandidati LDK (5,1%). U međuvremenu, kandidati drugih stranaka bili su na meti samo u 0,4% slučajeva, što ukazuje na manji uticaj na negativnu debatu.

GRAFIKON 5 Prijavljeni prekršoci protiv ciljanih političkih stranaka

81.8% - VV

5.6% - PDK

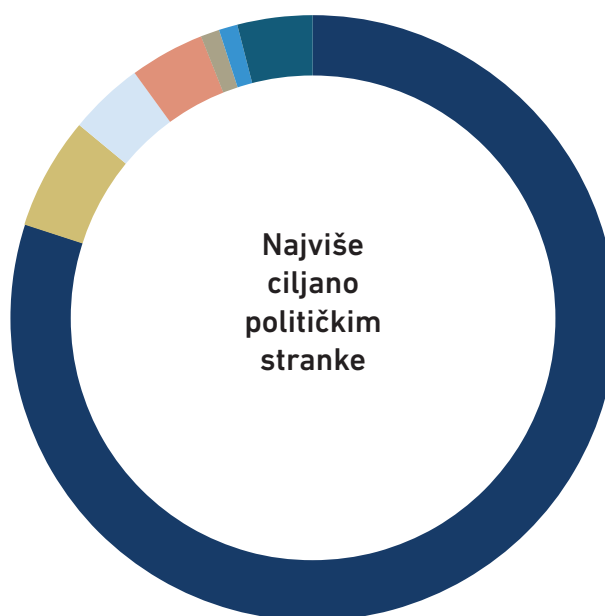
4.2% - AAK-NISMA

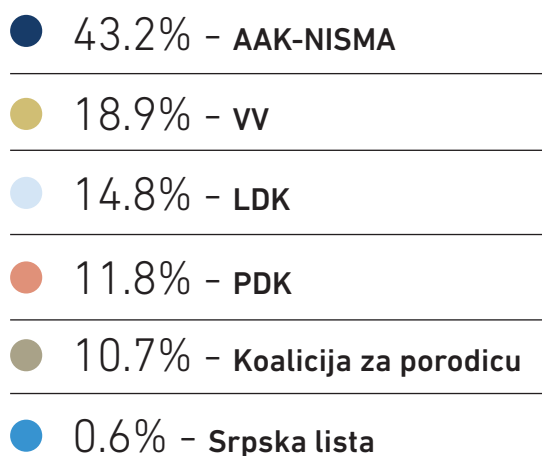
4.1% - LDK

0.1% - Koalicija za porodicu

0.1% - Srpska lista

4.1% - Ostalo





Ovogodišnju izbornu kampanju obeležio je visok nivo tenzija i prijavljenih prekršaja, što je značajno uticalo na nesmetano odvijanje izbornog procesa. Podaci prikazani u gornjem grafikonu pokazuju dva glavna aspekta: političke stranke koje su bile najviše na meti kršenja i one koje su počinile najveći broj prekršaja. Pokret Vetëvendosje (VV) je bio najviše ciljane stranka tokom kampanje, sa 81,8% prijavljenih slučajeva. Ovaj broj ukazuje na visoku koncentraciju napada na ovu stranku, što je čini glavnim predmetom političkih sukoba u javnom diskursu. Ostale stranke su bile manje na meti, Demokratska partija Kosova (PDK), koja je imala 5,6% prijavljenih slučajeva, koalicija AAK-NISMA (4,2%) i Demokratski savez Kosova (LDK) (4,1%). Ostali subjekti su bili relativno manje izloženi napadima tokom predizborne kampanje. Koalicija za porodicu (0,1%) i Srpska lista (0,1%) gotovo da nisu pogođene prijavljenim prekršajima, pokazujući manji interes da ih napadnu politički protivnici.

Politički subjekat AAK-NISMA je na prvom mestu sa najviše prijavljenih prekršaja, odgovoran je za 43,2% njih, a sledi VV na drugom mestu sa 18,9%, uprkos tome što je subjekat najviše na meti napada tokom kampanje. LDK je na trećem mestu sa 14,8% prekršaja, a slede PDK (11,8%) i Koalicija za porodicu (10,7%) koji su takođe imali visok udeo u prijavljenim prekršajima. U međuvremenu, Srpska lista je imala najmanji uticaj u ovom pogledu, sa samo 0,6% evidentiranih slučajeva prekršaja.

GRAFIKON 6 Udeo kršenja na društvenim mrežama

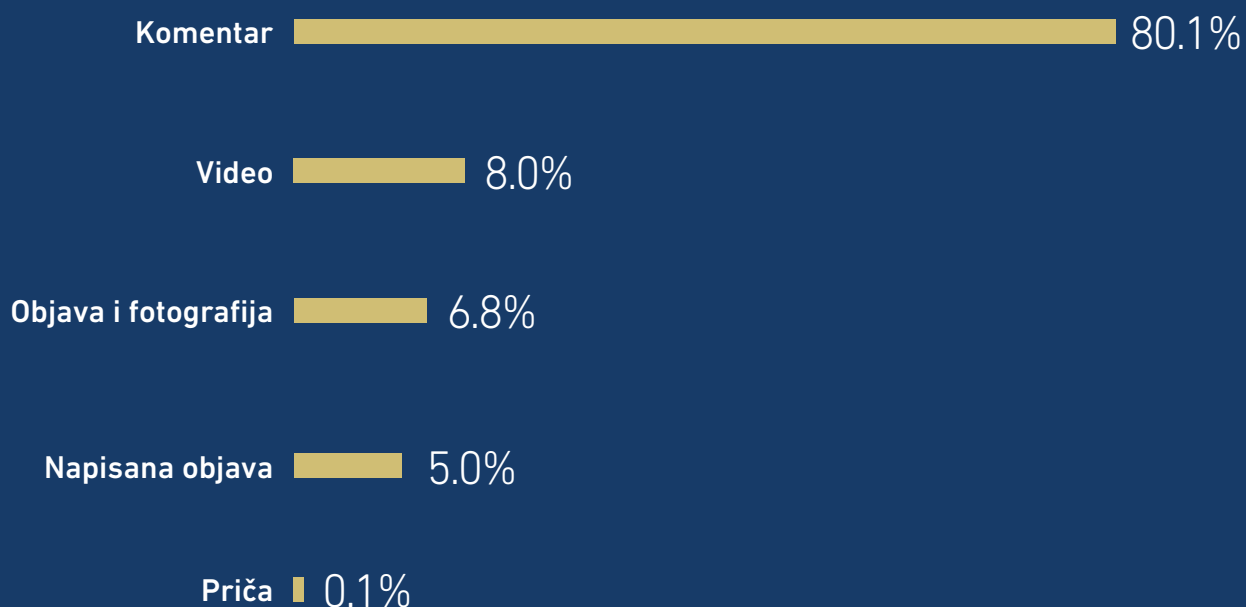


Ovogodišnja izborna kampanja je odrazila značajan pomak ka društvenim medijima kao glavnom prostoru političke komunikacije, javne debate i, nažalost, širenja kršenja. Kako bi bolje razumeli ovaj fenomen, monitoring tim je izvršio detaljno praćenje na nekim od najčešće korišćenih platformi, uključujući Facebook, TikTok, YouTube, X (ranije Twitter) i Instagram. Rezultati monitoringa jasno su pokazali da je Facebook platforma na kojoj se dogodila većina prijavljenih prekršaja, njih 91,8%. Ovaj broj dokazuje da je ova platforma i dalje glavni alat za političke debate, ali i za širenje oštre retorike, dezinformacija i govora mržnje. Kao najkorišćenija društvena mreža na Kosovu, Facebook je obezbedio pogodan teren za distribuciju sadržaja koji često prelazi granice etičke i pravne komunikacije.

Na drugom mestu, ali sa značajnom razlikom, nalazi se TikTok sa 4,6% prijavljenih prekršaja. Ova mreža, koja je posebno popularna među mladima, korišćena je za širenje političkih poruka u kraćim i vizualno privlačnijim formatima. U međuvremenu, Instagram i YouTube su imali još ograničeniji uticaj, sa 2,6% odnosno 1% prijavljenih prekršaja. Ove platforme, iako važne za distribuciju audiovizuelnih materijala, imaju strukturiraniju prirodu, što otežava širenje direktno problematičnog sadržaja u istoj meri kao na Facebooku.

Dok druge društvene mreže sve više uzimaju maha, posebno među mladima, Facebook ostaje epicentar onlajn političke bitke – arena u kojoj demokratska debata i zloupotreba digitalnog prostora često idu ruku pod ruku.

GRAFIKON 7 Vrsta sadržaja putem kojeg su kršenja objavljena



Analiza sadržaja prijavljenih prekršaja pokazuje da su komentari na društvenim mrežama dominantan oblik prekršaja, koji predstavljaju 80,1% slučajeva. To pokazuje da korisnici češće koriste odeljak za komentare za izražavanje govora mržnje, klevete ili širenja dezinformacija, često reagujući na objave političara, medija ili raznih javnih stranica. Osim komentara, značajan deo kršenja je prenošen i putem video zapisa (8%), koji su korišćeni kao delotvorni alati za pojačavanje političkih poruka ili napad na protivnike. Ova kategorija takođe uključuje lažne video zapise u svrhu manipulacije ili

narative koji koriste vizualne elemente kako bi povećali svoj uticaj. Objave praćene fotografijama (6,8%) i jednostavne pisane objave (5%) takođe su doprineli širenju problematičnog sadržaja, ali u manjoj meri u odnosu na komentare. Ove objave se često koriste za izgradnju stabilnih narativa ili za oblikovanje javnog mnjenja o osjetljivim političkim temama. S druge strane, 'priče' čine samo 0,1% prekršaja, što ukazuje da ovaj privremeni oblik sadržaja nije bio široko rasprostranjen kanal za prekršaje tokom predizborne kampanje.

Političke stranke i kandidati

Zakon o opštim izborima, među kriterijumima za registraciju političkih stranaka, nalaže i potpisivanje izjave lidera stranke da poštuje Kodeks ponašanja političke stranke.¹ Isti kriterijum važi i za sertifikovanje za učešće na izborima. Dok je Poglavlje V zakona posvećeno Kodeksu ponašanja, koji ima za cilj „uspostavljanje uslova pod kojima narod Kosova može izabrati svoje predstavnike na slobodnim, poštenim i dobro informisanim izborima u klimi demokratske tolerancije, mira i poštovanja vladavine prava”.²

TZakon o izborima jasno definiše odgovornosti i ograničenja političkih subjekata, kandidata i njihovih simpatizera tokom izborne kampanje.

Sve političke stranke i pojedinci uključeni u izborni proces dužni su da poštuju odredbe ovog Kodeksa, dok Izborna veće za žalbe i predstavke (IVŽP) ima ovlašćenje da preispita i sankcioniše eventualna kršenja. Politički subjekti su dužni da svoje članove i simpatizere upoznaju sa normama ponašanja i preduzmu mere za sprečavanje kršenja. Upotreba govora mržnje, objavljivanje huškačkih ili dezinformacionih materijala koji mogu izazvati tenzije i nasilje, smatra se teškim kršenjem zakona i podleže kaznenim merama nadležnih organa.

Ovaj deo izveštaja predstavlja samo neke od odabranih ilustrativnih prekršaja koje su koristili lideri, kandidati ili članovi različitih političkih stranaka tokom kampanje.

Pokret Vetëvendosje

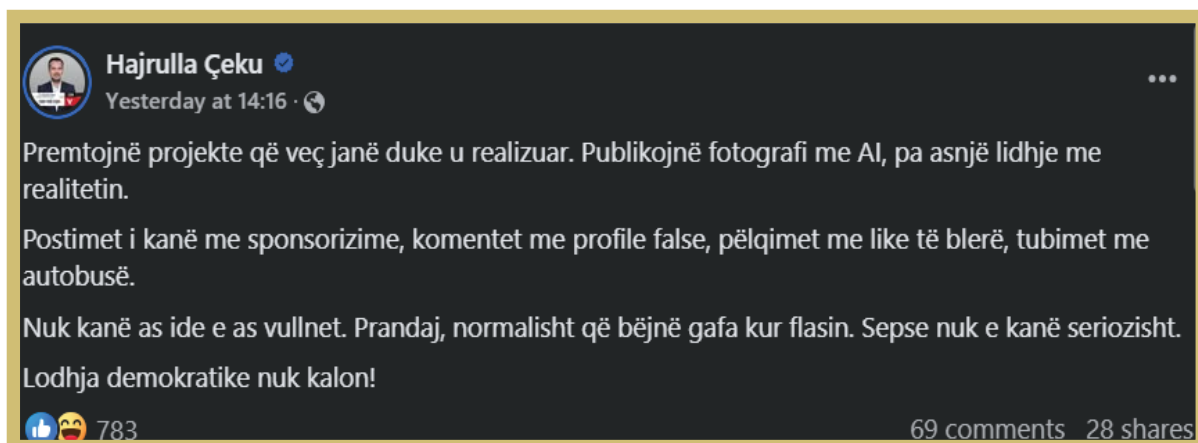
Na izbornom skupu VV u opštini Vučitrn, koji je distribuiran putem video snimka na zvaničnom sajtu ovog političkog subjekta, kandidat za poslanika, Xhelal Sveçla, u svom govoru neke predstavnike opozicionih stranaka naziva

“smećem iz starih stranaka”.



¹ Zakon o opštim izborima, član 13, stav 4.5, dostupan u Službenom listu: <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=77074>

² Ibid., Poglavlje V.



Drugi kandidat za poslanika, Hajrullah Çeko, u objavi na svom Facebook profilu, kritikujući Demokratski savez (Lidhja Demokratike) Kosova, iskrivljuje njegov naziv pežorativnim izrazima kao što je

Demokratska malaksalost”.



Dimal Basha, koji se našao na listi kandidata za poslanika VV, u objavi na Fejsbuku izveđao je novinara Berata Buzhala, nazvavši ga

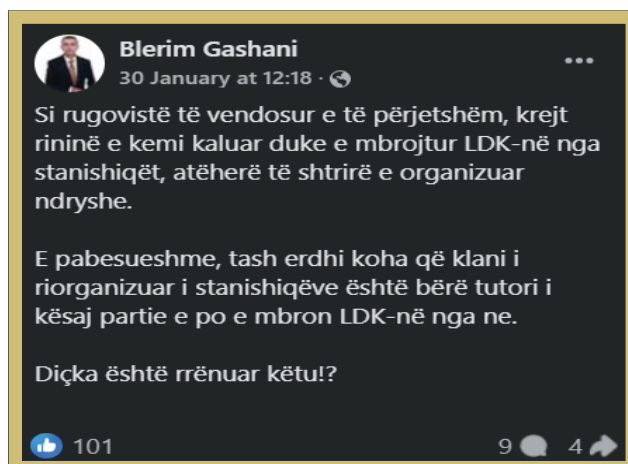
đubretom”.

Istu uvredu ponovili su i drugi korisnici u komentarima.

Blerim Gashani, koji je bio na listi VV iz stranke Guxo, nazvao je

stanišićima”

one koji, prema njegovim rečima, brane DSK, iako su je napadali. Termin “stanišići” odnosi se na Jovicu Stanišića, bivšeg načelnika Službe državne bezbednosti Srbije, kojeg je Albin Kurti ranije povezivao sa Batonom Haxhiu-om.



Demokratska stranka Kosova (PDK)

Kandidat PDK za poslanika, Ardian Kastrati, u objavi na Fejsbuku, nazvao je lidera VV Aljbina Kurtija

komunističkim ideološkim ocem”.

kojeg bi trebalo “zbaciti” s vlasti pošto je, kako tvrdi, uništio Kosovo. On je ovu objavu popratio fotografijom na kojoj se nalazi njegov broj na listi kandidata za narodnog poslanika, te pozivom za glasanje za njega.



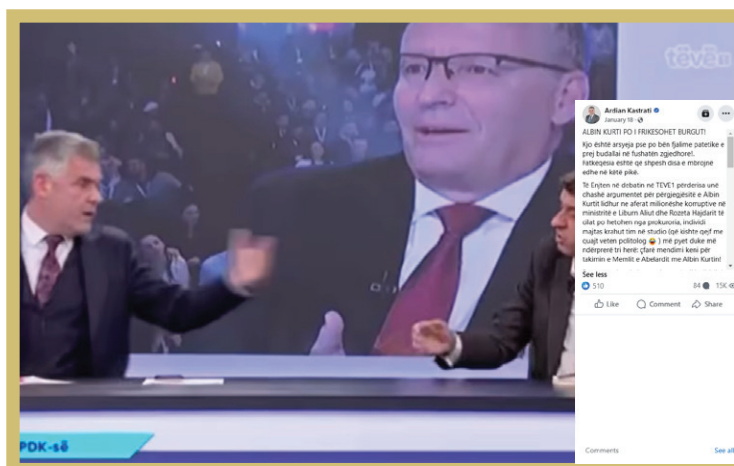
Kastrati je takođe, u videu objavljenom na svom Facebook profilu, pozvao pristalice VV da ne koriste uvredljive jezike. Zamolio ih je da

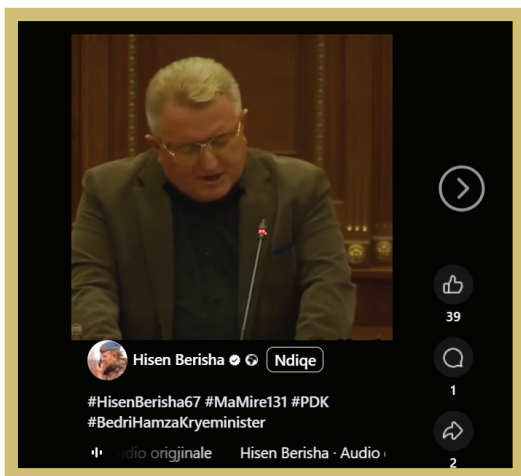
ne pretvaraju svoja usta u toalet”,

već da koriste samo argument.

Kastrati, koji je bio aktivan u korišćenju uvreda na račun Albina Kurtija, u drugoj objavi na Fejsbuku je podelio fragment iz svog nastupa u televizijskoj debati na TëVë1. On je u ovoj objavi zaključio da se Aljbini Kurti “plaši zatvora” i da je to razlog zašto u predizbornoj kampanji “drži

patetične govore kao budala”.





Hisen Berisha, kandidat PDK za poslanika, podelio je raniji video iz svog govora na sednici Skupštine Kosova. On je u ovoj objavi naveo da je napad na kanal Ibar Lepenac koordinisan čin premijera Albina Kurtija i predsednika Srbije Aleksandra Vučića.



Betim Gjoshi, kandidat PDK za poslanika, u direktnom nastupu na Kanalu 10, koji je podeljen na YouTube-u, naziva analitičara u studiju

“poslednjim slepcem”

govoreći mu «ti si, Blerim, posljednji slepac koji pokušava da odbrani Albina Kurtija,...a ja to govorim u oči»».

Demokratski savez Kosova (LDK)



Kandidat LDK za poslanika, Berat Rukiqi, u objavi na Facebooku, odgovarajući na uvredljiv i preteći jezik koji je premijer Kurti koristio protiv LDK, rekao je za VV da

“sve što radite je da vičete i vrištite na podijumu/ dobri ste samo za vikanje na podijumu”.

Uvredljivi jezik je takođe korišćen u komentarima trećih strana koje su VV nazivale “nasilnicima”.

U međuvremenu, kandidat Ardian Oluri iz LDK, u objavi na Facebooku, rekao je da je Albin Kurti

“oskrnavio sve institucije od kad je došao na vlast”



Alijansa za budućnost Kosova - NISMA



Zafir Berisha, koji je bio na listi poslanika AAK-NIS-MA, u objavi na Facebooku nazvao je VV "režimskim infantilima", koristeći pogrdni jezik. Dok je u drugoj objavi, kritikujući sastanke ministarke Rizvanoli u Davosu, napisao da su

ili poludeli, ili su već došli do toga da postanu Burduši³,

nešto nije u redu s njima ".

Coalition for the Family



Kandidat za poslanika Koalicije za porodicu Petrit Mulaku je u objavi na Facebooku isključujući jezik prema LGBTQ+ zajednici predstavljao postojanje i prava ove zajednice kao

opasnost"

za državu i nacionalni identitet.

3 Burduši je nadimak Hisrija Pećanija, osobe poznate na Kosovu kao „narodni lekar” ili „gatara”. Tvrdio je da ima sposobnost da leči bolesti i predviđa budućnost, ali je bio umešan u nekoliko sudskih slučajeva i uhapšen zbog prevare i nezakonitih aktivnosti. Njegovo ime se često koristi ironično ili podrugljivo da znači nekoga ko veruje u teorije zavere ili kome se ne veruje.



Drugi kandidat ove koalicije, Asdren Bytyqi, protiveći se odluci ECAP-a da kazni ovaj politički subjekt, u objavi na Facebooku koristio je pogrdan jezik prema LGBTQ+ zajednici, napisavši

“kažimo ne braku između muškarca i muškarca i žene i žene”

...i

“primorani smo da ćutimo pred degeneracijom”.

Nova demokratska inicijativa Kosova (IRDK)



Kandidat za poslanika na listi IRDK, Fridon Lala, koristio je pogrdnu reč prema lideru PLE-a Vetonu Beriši, nazivajući ga

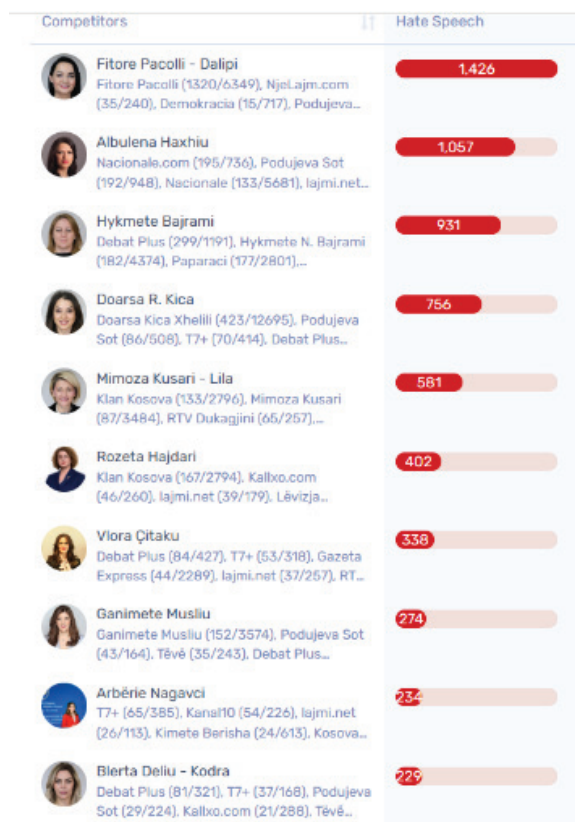
“trgovcem”.

U objavi na Fejsbuku napisao je

“Razumem zabrinutost bivšeg poslanika-trgovca zbog posete premijera”.

Rodno zasnovano nasilje

Mnoga društva još uvek gledaju na političke uloge kao na pretežno muške, predrasude žena koje teže visokim funkcijama. Umesto da cene njihove sposobnosti, od njih se često traži da se "drže tradicionalnih profesija" kao što su umetnost, podučavanje ili briga o porodici. Ženama se ne sudi samo zbog političkih odluka, već i zbog izgleda, glasa, odevanja ili privatnog života. Muškarci političari se retko suočavaju sa istom vrstom ličnih napada. Pogrdni jezik i lični napadi često se koriste kao strategije za diskreditaciju žena u politici i stvaranje okruženja u kojem se osećaju nesigurno ili bezvredno. Platforme poput Facebooka omogućavaju ljudima da vređaju bez potrebe da se suoče sa direktnom konfrontacijom, čineći napade lakšim i učestalijim.



Da bi analizirao okruženje kampanje na društvenim mrežama, DnV je koristio platformu "Pikasa" da analizira komentare o 61 kandidatkinji koje su predstavljene u 86.576 članaka podeljenih na Facebooku. Četiri žene koje su dobile najviše negativnih komentara su:

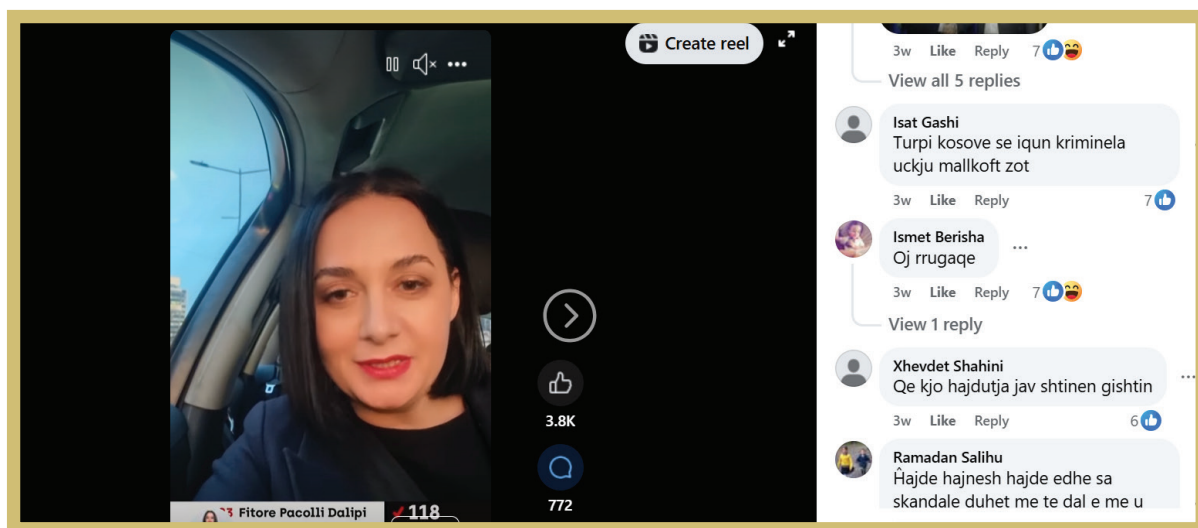
- 1 Fitore Pacolli - Dalipi: 1,426 komentara
- 2 Albulena Haxhiu: 1,057 komentara
- 3 Hykmete Bajrami: 931 komentara
- 4 Doarsa R. Kica: 756 komentara

Top 100 Women MP candidates

Total	Albulena Haxhiu	Fitore Pacolli - Dalipi	Hykmete Bajrami	Doarsa R. Kica
Articles:	679	76	282	95
Articles Engagements:	16,902	1,885	7,439	3,547
Social Posts:	152	184	156	161
Social Engagements:	41,997	5,718	49,389	14,193
Total Posts:	831	262	438	
Total Engagements:	58,899	58,983	76,827	
Facebook Fans:	0	24,888	35,203	30,714
Facebook Talking:	0	507	4,165	5,829
Youtube Subscribers:	0	0	0	0
Youtube Views:	0	0	0	0
Instagram Followers:	8,856	3,917	16,25	6,271
Instagram Following:	208	201	435	4

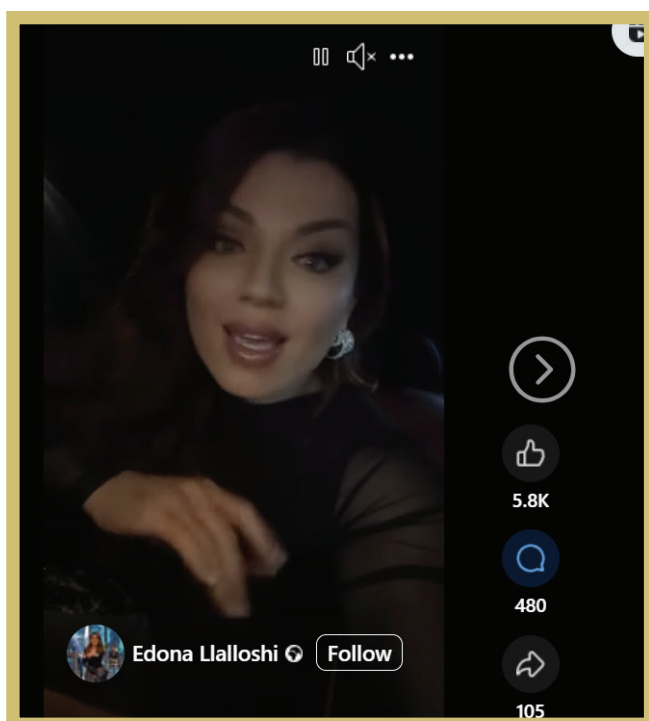
Upoređujući broj članaka u kojima se pominju prve tri kandidatkinje sa najviše govora mržnje, vidimo da u ukupnim interakcijama uključujući članke i online objave **najviše ima Hykmete Bajrami** sa 76.827 komentara, zatim **Fitore Pacolli - Dalipi** sa 58.983 komentara i **Albulena Haxhiu**, sa 58.899 komentara.

Iz praćenja slučajeva objava kandidatkinja za poslanike i negativnih komentara koje su dobili, vidimo omalovažavanje trećih strana.



Kandidatkinja za poslanika na listi VV, Fitore Pacolli - Dalipi, na snimku objavljenom na svom Fejsbuk profilu, suočila se sa uvredljivim jezikom u komentarima trećih lica, koji su je nazivali

“nasilnicom”, “lopovom”, “bednicom”.

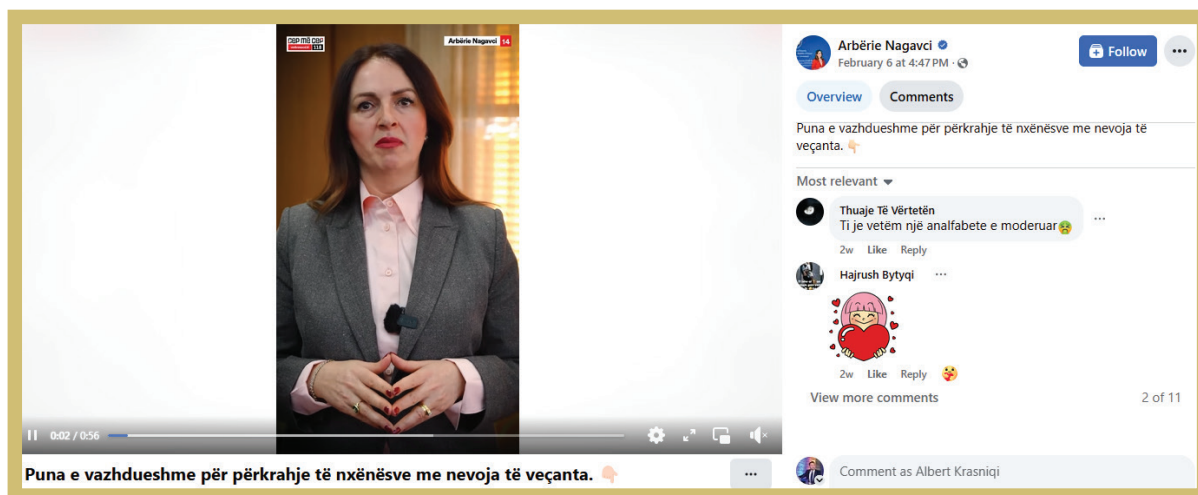


Druga članica VV, Edona Llaloshi, bila je meta uvredljivih komentara na svom Facebook profilu. Budući da je po profesiji pevačica, najčešće uvrede vezane su za „sugerisanje” da ostane u muzičkoj karijeri i da se ne bavi politikom. Jedan komentator je glasio:

“kravo jedna, samo se drži muzike, jer nisi stvorena za politiku”.

Ostali uvredljivi komentari su bili:

“kako si ti prevarena da se pridružiš VV, dali su ti puno novca, prevarantu”.



Kandidat VV, Arbërie Nagavci, u video objavljenom na njenom Facebook profilu, dobila je negativne komentare. Među njima, jedna stranica joj kaže

Ti si samo umereno nepismena žena”.

Arbërie Nagavci je takođe ministar obrazovanja, nauke, tehnologije i inovacija.

Preporuke

1 Za državne i regulatorne institucije

Izborna komisija za žalbe i predstavke (ECAP):

- Jačanje mehanizama nadzora i kažnjavanja političkih subjekata i kandidata koji koriste govor mržnje i dezinformacije u kampanji.
- Primena kategorija u bazi podataka za prekršaje tokom kampanja, objavljivanje odluka u formatima koji se mogu uređivati i kažnjavanje ponavljača.

Centralna izborna komisija (CIK):

- Donošenje jasnih o ponašanju političkih subjekata i kandidata na društvenim mrežama.

Agencija za informacije i privatnost (AIP):

- Izrada pravnog okvira za zaštitu građana od zloupotrebe ličnih podataka u izbornim kampanjama.
- Povećana saradnja sa društvenim platformama kako bi se ograničilo širenje dezinformacija i orkestriranih napada.

2 Za političke subjekte i kandidate

- Izrada i implementacija Etičkog kodeksa za digitalne kampanje kako bi se izbegla upotreba negativnih strategija i propagande.
- Organizovanje obuke za kandidate i njihove timove o etičkoj upotrebi društvenih medija.
- Uspostaviti interni mehanizam za prijavljivanje i rešavanje kršenja od strane pristalica stranke.

3 Za organizacije civilnog društva i medije

- Razvijanje medijskih edukativnih kampanja za informisanje građana o opasnostima dezinformacija i uticaju propagande na izbore.
- Stvaranje platformi za proveru činjenica na kojima građani mogu prijaviti i proveriti upitne informacije tokom kampanje.
- Organizovanje javnih debata kako bi se promovisao konstruktivniji i informisaniji diskurs tokom izbora.

Dodatak 1:

Rečnik ključnih pojmova

Govor mržnje	Uvredljiv ili preteći govor ili pisanje koji izražava kategoričke predrasude prema određenoj grupi, posebno na osnovu rase, pola, vere ili seksualne orijentacije
Lažne informacije	Lažne informacije se namerno i često prikriveno šire (kao podmetanjem glasina) u cilju uticaja na javno mnjenje ili zamagljivanja istine
Dezinformacije	Širenje lažnih ili obmanjujućih informacija, bilo namerno ili nenamerno
Informacije izvan konteksta	Kada se neka informacija ili izjava tumači, koristi ili predstavlja na način koji ne odražava njegovo puno ili tačno značenje u izvornom kontekstu. Ovo se može dogoditi namerno ili nenamerno i često dovodi do nesporazuma ili pogrešnih tumačenja.
Klevetnički/pogrdni jezik	Bilo koja vrsta jezika, bilo pisanog ili govornog, čiji je cilj da omalovaži, naruši ugled ili ocrni osobu, grupu ili instituciju.
Meme	Zabavna ili zanimljiva fotografija, video i sl. koja je široko rasprostranjena na internetu



Demokracia në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action