



Demokracia në Veprim
Demokratija na Delu
Democracy in Action

MONITORING DRUŠTVENIH MREŽA TOKOM IZBORNE KAMPANJE

Vanredni izbori za
Skupštinu Kosova

7 JUN, 2026

DEMOKRATIJA NA DELU



Pripremila: Demokratija za razvoj (D4D), u okviru domaće misije za posmatranje izbora „Demokratija na delu”

Autorska prava ©2026. Demokratija za razvoj (D4D) i Demokratija na delu (DnV).

Sva prava zadržana. Osim kratkih citata u svrhu kritike i prikaza, nijedan deo ove publikacije ne sme se umnožavati, čuvati u sistemu za preuzimanje podataka ili prenositi u bilo kom obliku ili bilo kojim sredstvom, elektronskim, mehaničkim, fotokopiranjem, snimanjem ili na drugi način, bez prethodne dozvole D4D/DnV.

SADRŽAJ

GLAVNI NALAZI	4
UVOD	5
METODOLOGIJA MONITORINGA.....	6
GLAVNI NALAZI	7
Opšte	7
NAPADI NA KANDIDATKINJE	13
GOVOR MRŽNJE NA ONLAJN PORTALIMA	14
Kandidatkinje i govor mržnje	14
Govor mržnje prema kandidatima za premijera	15
Govor mržnje prema političkim partijama.....	16
Analiza najčešće korišćenih reči u komentarima javnosti.....	17
ZAKLJUČCI	18
PREPORUKE.....	19
PRILOG 1: POJMOVNIK KLJUČNIH IZRAZA.....	20

GLAVNI NALAZI

423 KRŠENJA

DRUŠTVENE MREŽE
NA KOJIMA JE
ZABELEŽEN NAJVEĆI
BROJ KRŠENJA


Facebook
376


Tik Tok
47

PRIRODA PRIJAVLJENIH KRŠENJA



299
Govor mržnje



117
Klevetnički/om-
alovažavajući govor

4
Dezinformacije

2
Pogrešne
informacije

1
Mim

VRSTA SADRŽAJA KROZ KOJI SU KRŠENJA OBJAVLJENA



406
Komentar

8
Pisani
post

7
Video

2
Post i
fotografija

NAJČEŠĆE CILJANE STRANE



413
Individualni kandidat

9
Politička
partija

1
Ostalo

NAJČEŠĆE CILJANI KANDIDATI, PREMA POLITIČKOM SUBJEKTU

314 VV **25** PDK **20** LDK **4**
37 PSD **22** AAK **1** NDS **OSTALO**

UVOD

Vanredni izbori za Skupštinu Kosova, održani 7. juna 2026. godine, odvijali su se u napetom političkom periodu, obeleženom stalnim političkim sukobima, polarizovanom javnom raspravom i intenziviranom digitalnom komunikacijom. Izborna kampanja bila je relativno kratka, što je političke aktivnosti i komunikaciju izbornih takmičara koncentrisalo u ograničenom vremenskom periodu, posebno na platformama društvenih mreža i u onlajn medijima.

U ovom kontekstu, društvene mreže i onlajn mediji nastavljaju da imaju sve važniju ulogu u političkoj komunikaciji, informisanju građana i oblikovanju javne debate. Digitalne platforme postale su jedno od glavnih sredstava izborne kampanje, omogućavajući političkim partijama i kandidatima da direktno komuniciraju sa biračima. Istovremeno, one stvaraju i prostor za širenje govora mržnje, ličnih napada, dezinformacija i drugih oblika komunikacije koji mogu narušiti kvalitet javne debate i integritet izbornog procesa.

Kako bi procenila kvalitet onlajn političke komunikacije tokom izborne kampanje, Demokratija za razvoj (D4D), kao članica koalicije Demokratija na delu (DnV), pratila je aktivnosti političkih subjekata, kandidata za premijera i kandidata za poslanike na društvenim mrežama, kao i komentare i reakcije javnosti na objavljeni sadržaj. Monitoring je bio usmeren na identifikovanje slučajeva govora mržnje, klevetničkog i omalovažavajućeg govora, dezinformacija, pogrešnih informacija i drugih oblika problematične komunikacije koji bi mogli negativno uticati na demokratsku debatu.

Izveštaj nema za cilj da pruži konačnu pravnu ocenu svakog evidentiranog slučaja. Njegov cilj je da dokumentuje i analizira obrasce problematične komunikacije u onlajn prostoru, identifikujući trendove, narative i oblike izražavanja koji mogu uticati na kvalitet javnog diskursa tokom izbornog procesa.

Nalazi izveštaja pokazuju da su među slučajevima problematične komunikacije tokom kampanje dominirali govor mržnje i klevetnički/omalovažavajući govor, koji čine gotovo sva evidentirana kršenja. Istovremeno, monitoring je identifikovao visok nivo ličnih napada na individualne

kandidate, kao i značajnu koncentraciju slučajeva u poslednjim danima kampanje, kada je onlajn politička aktivnost dostigla najveći intenzitet.

Pored monitoringa društvenih mreža, izveštaj uključuje i analizu govora mržnje na onlajn portalima putem platforme Pikasa, pružajući širi pregled načina na koji se javna debata razvija u digitalnom prostoru tokom izbornih procesa. Posebna pažnja posvećena je uticaju govora mržnje prema kandidatkinjama, kandidatima za premijera i političkim partijama, kao i identifikovanju narativa i izraza koji se najčešće koriste u komentarima javnosti.

Ovaj izveštaj ima za cilj da doprinese jačanju integriteta izbornih procesa, promovisanju standarda demokratske komunikacije i podizanju svesti o uticaju koji govor mržnje i drugi oblici problematične komunikacije mogu imati na političko učešće, javnu debatu i poverenje građana u demokratske procese.



Ovaj izveštaj ima za cilj da doprinese jačanju integriteta izbornih procesa, promociji standarda demokratske komunikacije i podizanju svesti o uticaju koji govor mržnje i drugi oblici problematične komunikacije mogu imati na političko učešće, javnu debatu i poverenje građana u demokratske procese.

METODOLOGIJA MONITORINGA

Monitoring izborne kampanje u onlajn okruženju sproveden je kroz sistematsko svakodnevno praćenje aktivnosti političkih subjekata i kandidata na digitalnim platformama. Proces monitoringa obuhvatio je:

- Zvanične stranice političkih subjekata, na kojima se objavljuju izjave, programi, izborna obećanja i politički stavovi;
- Zvanične stranice kandidata za premijera, koje služe kao glavni kanali za komunikaciju sa građanima i promociju političkih platformi;
- Zvanične stranice i profili kandidata za poslanike, uključujući objave, video-sadržaje i interakcije sa javnošću.

Monitoring je obuhvatio društvene mreže Facebook, Instagram i TikTok, koje predstavljaju glavne platforme političke komunikacije tokom izborne kampanje. Monitoringom je obuhvaćen 21 politički subjekt i 902 kandidata za poslanike.

Fokus monitoringa bio je na identifikovanju i dokumentovanju sadržaja koji narušava standarde demokratske komunikacije i integritet izbornog procesa. Posebno su praćeni:

- Upotreba govora mržnje, omalovažavajućeg jezika i potcenjivačkog sadržaja u objavama, video-materijalima i promotivnim materijalima koje objavljuju politički subjekti i kandidati;
- Govor mržnje, klevetnički govor i verbalni napadi koje objavljuju treće strane, odnosno korisnici društvenih mreža, posebno u komentarima na objave kandidata i političkih subjekata;
- Dezinformacije i pogrešne informacije koje sadrže netačne ili manipulativne informacije i koje mogu uticati na percepciju javnosti i integritet izbornog procesa.

Svi identifikovani slučajevi klasifikovani su prema vrsti kršenja, platformi na kojoj su objavljeni, autoru sadržaja, ciljanom akteru i rodnoj dimenziji, kako bi se analizirali trendovi i oblici problematične komunikacije tokom izborne kampanje.

Korišćenje platforme Pikasa za analizu podataka

Radi obezbeđivanja produbljenog i standardizovanog monitoringa, 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 neprimerenih komentara
- Merenju interakcija (svidanja, deljenja, komentara) kako bi se razumeli širenje i uticaj političkog sadržaja
- Kategorizaciji kršenja prema vrsti (govor mržnje, kleveta, dezinformacije, pogrešne informacije itd.)
- Evidentiranju kandidata i partija koji su bili najčešće na meti tokom kampanje

Korišćenjem platforme Pikasa, monitori su analizirali ukupno 86.576 sadržaja podeljenih na Facebooku, uključujući objave partija i kandidata, kao i komentare korisnika društvenih mreža.

Proces prikupljanja i analize podataka

Svi prikupljeni podaci čuvani su i organizovani u centralnoj bazi podataka, uključujući:

- Zvanične objave i izjave političkih partija i kandidata
- Komentare i reakcije trećih strana, uključujući govor mržnje, klevetu i dezinformacije
- Vrstu kršenja identifikovanih tokom monitoringa
- Platformu na kojoj je objava ili komentar objavljen
- Domet i širenje sadržaja, na osnovu broja ostvarenih interakcija, kao indikator vidljivosti i onlajn angažovanja, ali ne kao direktnu meru stvarnog uticaja na stavove birača ili izbornu ponašanje.

Nakon prikupljanja podataka, monitoring tim je sproveo detaljnu analizu kako bi identifikovao obrasce komunikacije, subjekte koji su najčešće bili na meti i uticaj kršenja na opštu atmosferu kampanje.

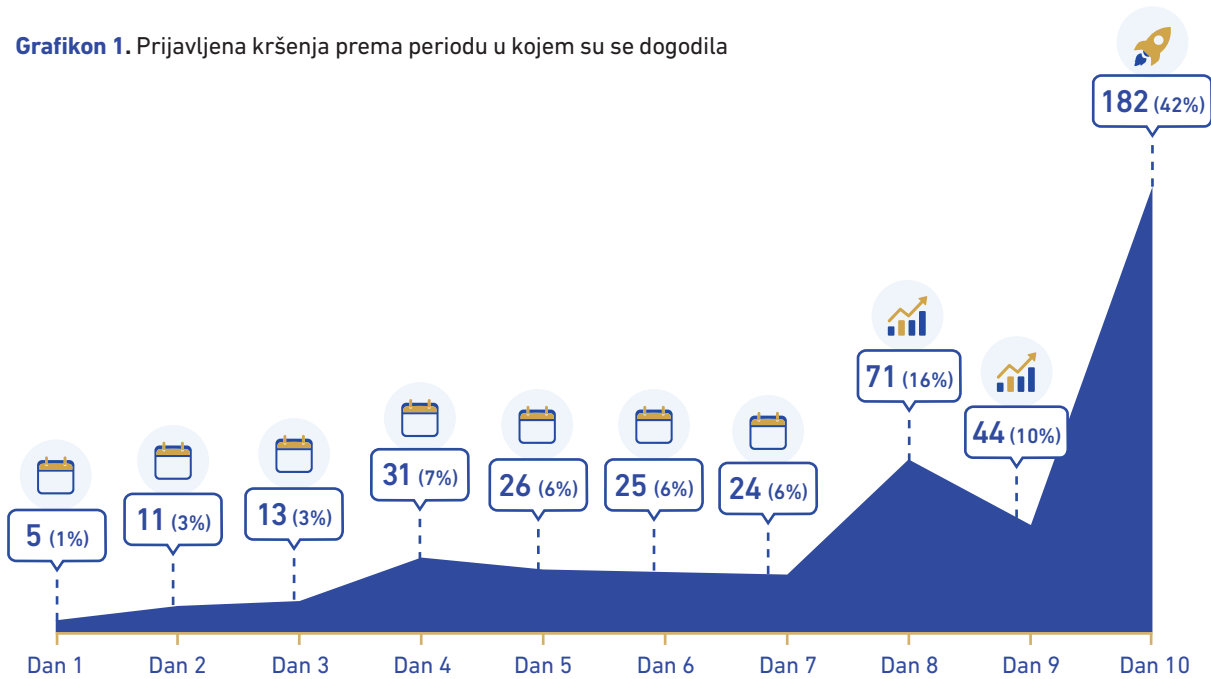
GLAVNI NALAZI

Opšte

Izborna kampanja za vanredne parlamentarne izbore na

Kosovu odvijala se od 28. maja do 5. juna 2026. godine, uoči dana glasanja održanog 7. juna 2026. Monitoringom je obuhvaćen 21 politički subjekt sa 902 kandidata.

Grafikon 1. Prijavljena kršenja prema periodu u kojem su se dogodila



Tokom desetodnevne izborne kampanje za vanredne izbore za Skupštinu Kosova, na društvenim mrežama identifikovana su ukupno 423 kršenja. Analiza njihove raspodele pokazuje da kršenja nisu bila ravnomerno raspoređena tokom kampanje, već su bila jasno koncentrisana u njenoj završnoj fazi.

U prvim danima kampanje broj kršenja bio je relativno nizak i kretao se od svega 1% do 7% dnevnog ukupnog broja. To ukazuje da je problematična aktivnost na društvenim mrežama bila ograničenija na početku kampanje, kada su politički subjekti uglavnom bili usmereni na predstavljanje programa i izbornih aktivnosti.

Pred kraj kampanje zabeležen je primetan porast kršenja. Samo tokom poslednja tri dana registrovano je 68% svih kršenja evidentiranih tokom perioda monitoringa. To pokazuje značajno intenziviranje problematičnog sadržaja u odlučujućim trenucima izborne trke, kada političke partije

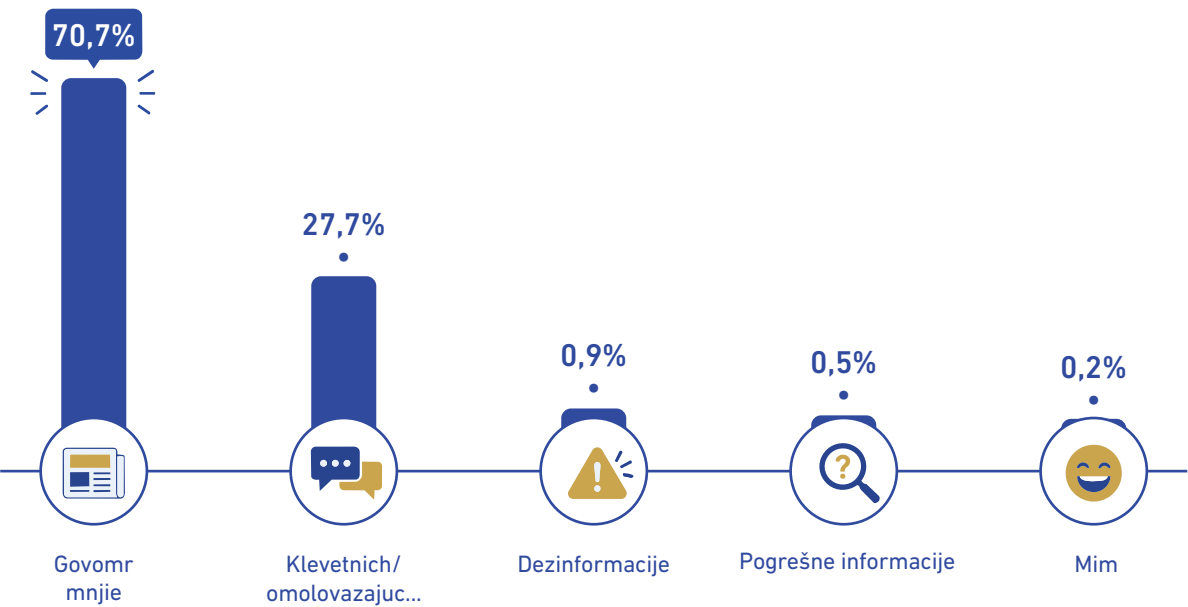
i njihovi podržavaoci nastoje da utiču na neodlučne birače i mobilisu biračko telo.

Posebno zabrinjava činjenica da je 42% svih kršenja evidentirano poslednjeg dana kampanje. Ova visoka koncentracija ukazuje da period neposredno pre glasanja predstavlja najveći rizik za širenje dezinformacija, govora mržnje, ličnih napada i drugih oblika komunikacije koji narušavaju demokratske standarde izbornog procesa.

Podaci takođe pokazuju da je više od polovine svih kršenja (58%) zabeleženo u poslednja dva dana kampanje, što ukazuje da politička komunikacija na društvenim mrežama postaje znatno agresivnija i manje kontrolisana kako se dan glasanja približava.

Ovi nalazi ukazuju na potrebu da nadležne institucije, organizacije za monitoring i platforme društvenih mreža ojačaju kapacitete za praćenje i reagovanje u završnoj fazi izbornih kampanja, jer se upravo u tom periodu dešava

Grafikon 2. Udeo prijavljenih kršenja prema vrsti kršenja



Analiza vrsta kršenja identifikovanih tokom monitoringa društvenih mreža pokazuje da su problematičnim diskursom tokom izborne kampanje gotovo u potpunosti dominirali oblici komunikacije usmereni na omalovažavanje, napade i podsticanje podela prema političkim protivnicima.

Dominacija govora mržnje

Govor mržnje činio je 70,7% svih identifikovanih kršenja, što ga čini daleko najrasprostranjenijom kategorijom u odnosu na sve druge oblike kršenja. Ovako visok nivo pokazuje da je političku komunikaciju na društvenim mrežama uglavnom karakterisala upotreba uvredljivog, stigmatizujućeg i podelama usmerenog jezika prema određenim pojedincima ili grupama. Ovako široka rasprostranjenost ovog oblika komunikacije ukazuje na visok nivo političke polarizacije i tendenciju da se debata o programima i politikama zameni napadima na protivnike.

Rasprostranjenost klevetničkog i omalovažavajućeg govora

Druga najčešća kategorija bio je klevetnički i omalovažavajući govor, koji je činio 27,7% kršenja. Zajedno sa govorom mržnje, ove dve kategorije predstavljale su 98,4% svih identifikovanih slučajeva. To pokazuje da je ogromna

najveći deo kršenja i rizik od negativnog uticaja na integritet izbornog procesa je najveći.

većina kršenja bila povezana sa oblicima agresivne i degradirajuće komunikacije prema političkim protivnicima, stvarajući onlajn okruženje obeleženo sukobom, diskreditacijom i ličnim napadima.

Minimalno prisustvo dezinformacija i pogrešnih informacija

Dezinformacije su činile samo 0,9% identifikovanih slučajeva, dok su pogrešne informacije činile 0,5%. Ovi relativno niski procenti pokazuju da glavni problem na društvenim mrežama tokom ove kampanje nije bilo širenje lažnih ili manipulativnih informacija, već upotreba uvredljivog i huškačkog jezika prema političkim akterima i njihovim podržavaocima.

Ipak, iako je broj slučajeva bio mali, potencijalni uticaj dezinformacija ostaje značajan, jer takav sadržaj može dopreti do široke publike i uticati na percepcije birača.

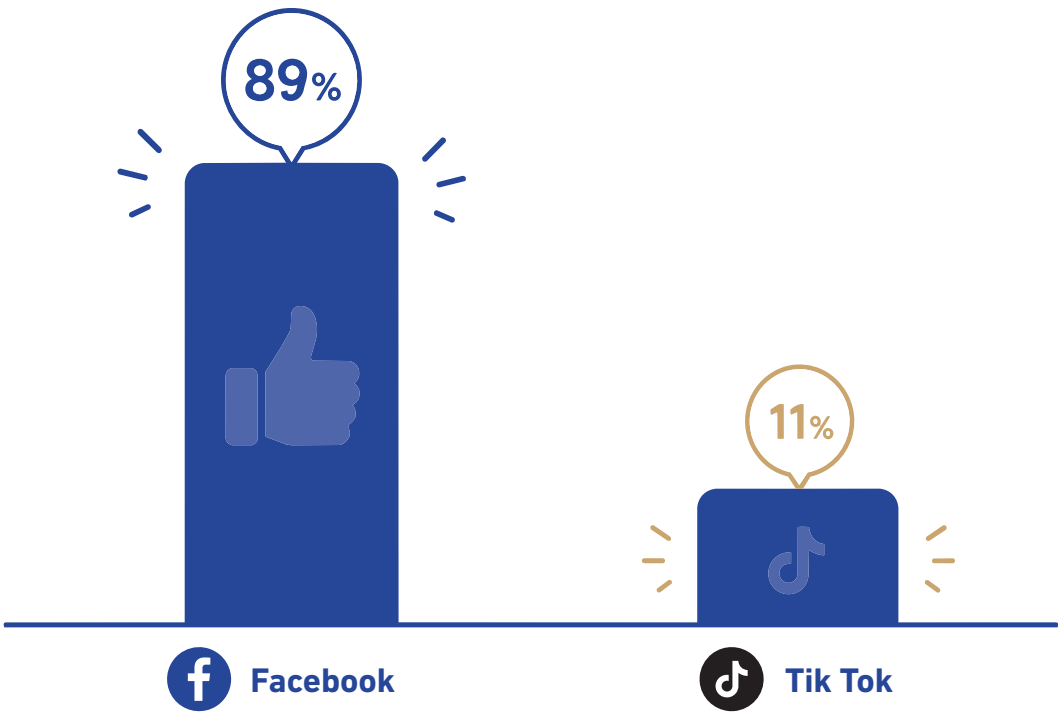
Ograničena upotreba problematičnih mimova

Mimovi su činili samo 0,2% identifikovanih slučajeva. To pokazuje da satirični ili ironični sadržaji problematične prirode nisu predstavljali značajan oblik problematične komunikacije tokom ove kampanje. Za razliku od trendo-

va uočenih u nekim međunarodnim izbornim procesima, gde se mimovi široko koriste za diskreditaciju protivnika, u slučaju Kosova problematična komunikacija se uglavnom pojavljivala kroz direktne izjave, a ne kroz humoristički ili satirični sadržaj.

Dominacija Facebooka povezana je sa širom upotrebom ove platforme od strane političkih partija, kandidata, aktivista i njihovih podržavalaca za političku komunikaciju i izbornu kampanju. Podaci pokazuju da Facebook ostaje društvena mreža sa najvećim uticajem na onlajn političku debatu na Kosovu, ali i platforma na kojoj je identifikovana ogromna većina kršenja.

Grafikon 3. Udeo kršenja prema društvenoj mreži



Zaključak

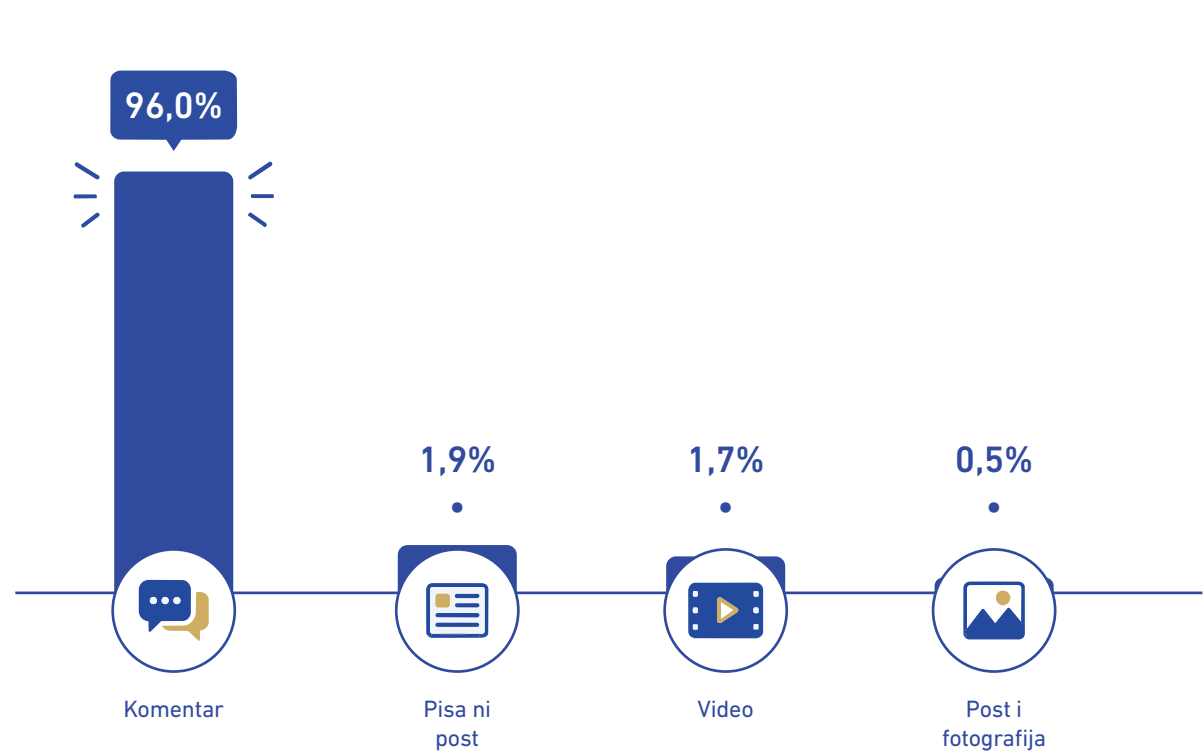
Struktura kršenja pokazuje da glavni problem izborne komunikacije na društvenim mrežama tokom ove kampanje nije bila manipulacija informacijama, već degradacija kvaliteta javne debate kroz govor mržnje i klevetnički/omalovažavajući govor. Činjenica da su ove dve kategorije činile gotovo sva identifikovana kršenja pokazuje da su onlajn političkim diskursom dominirali lični napadi i retorika podela, dok su debate o programima, politikama i pitanjima od javnog interesa ostale u drugom planu.

Analiza platformi na kojima su kršenja identifikovana pokazuje da je Facebook bio glavni prostor u kojem se odvijala problematična komunikacija tokom izborne kampanje. Od svih identifikovanih kršenja, 89% je zabeleženo na Facebooku, dok je samo 11% zabeleženo na TikToku.

Iako je TikTok imao znatno manji udeo u identifikovanim kršenjima, prisustvo slučajeva i na ovoj platformi pokazuje postepeno širenje političke komunikacije ka društvenim mrežama koje su pre svega usmerene na mlađu publiku.

U celini, raspodela kršenja prema platformama pokazuje da monitoring i adresiranje problematičnog sadržaja treba prvenstveno da budu usmereni na Facebook, gde je identifikovana gotovo sva aktivnost koja je u suprotnosti sa standardima demokratske komunikacije tokom izborne kampanje.

Grafikon 4. Vrsta sadržaja kroz koji su kršenja objavljena



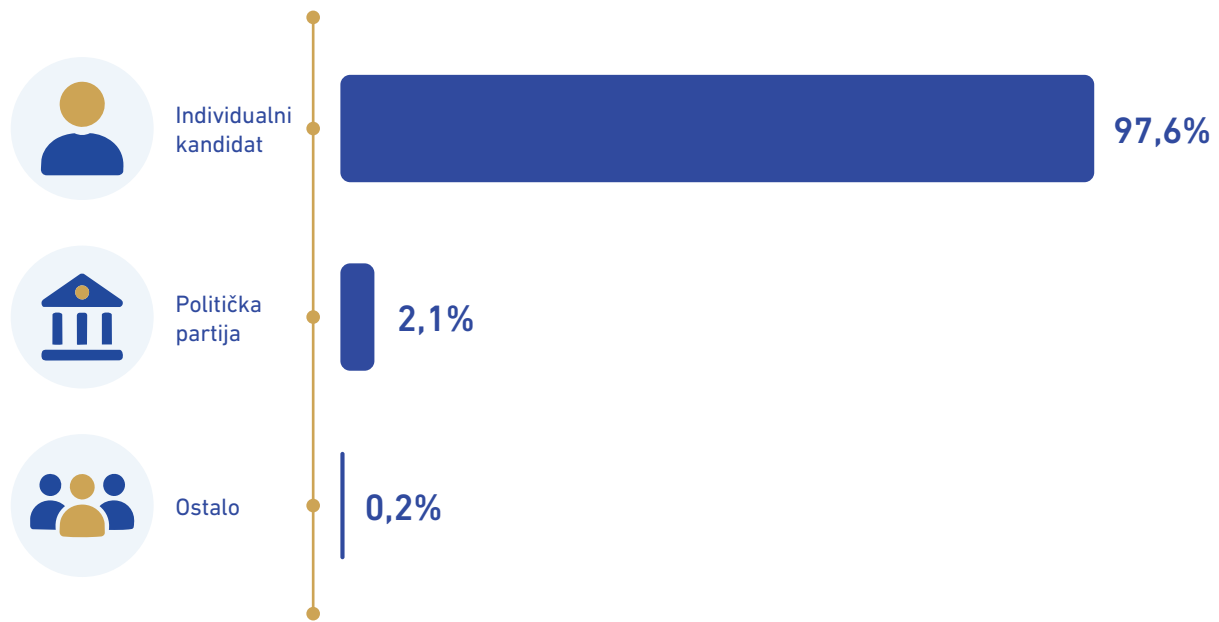
Analiza vrste sadržaja kroz koji su kršenja objavljena pokazuje da su komentari bili dominantan oblik problematične komunikacije tokom izborne kampanje, čineći 96% svih identifikovanih slučajeva. Ovaj rezultat pokazuje da većina kršenja nije potekla iz zvanične komunikacije političkih subjekata, već iz interakcija korisnika u odeljcima za komentare, gde su kontrola i moderiranje sadržaja ograničeniji.

Drugi oblici objavljivanja imali su mnogo manji udeo. Pisani postovi činili su 1,9% slučajeva, dok su video-sadržaji činili 1,7%. Postovi praćeni fotografijama predstavljali su samo 0,5% identifikovanih kršenja.

Ovi podaci ukazuju da se problematična komunikacija tokom kampanje razvijala uglavnom u prostorima za diskusiju i reakcije korisnika, više nego kroz sadržaje koje su direktno objavljivale stranice, kandidati ili politički subjekti. Zbog toga komentari predstavljaju jedan od glavnih izazova za monitoring i adresiranje govora mržnje i drugih oblika komunikacije koji narušavaju standarde demokratske onlajn debate.

Međutim, to ne oslobađa kandidate i političke subjekte odgovornosti za ton i kvalitet debate koja se odvija u njihovim digitalnim prostorima. Kroz način komunikacije, narative koje promovišu i prakse moderiranja na svojim stranicama, oni mogu uticati na stvaranje ili jačanje polarizovanijeg komunikacijskog okruženja. Izostanak reakcije, nedostatak moderiranja ili neuklanjanje problematičnih komentara može doprineti normalizaciji govora mržnje, ličnih napada i drugih neprihvatljivih oblika onlajn komunikacije.

Grafikon 5. Najčešće ciljane strane



Analiza aktera na koje je bio usmeren sadržaj koji predstavlja kršenje pokazuje da su individualni kandidati bili glavna meta napada i problematične komunikacije tokom izborne kampanje. Od svih identifikovanih slučajeva, 97,6% je bilo usmereno na individualne kandidate, dok je samo 2,1% bilo usmereno na političke partije, a 0,2% na druge kategorije.

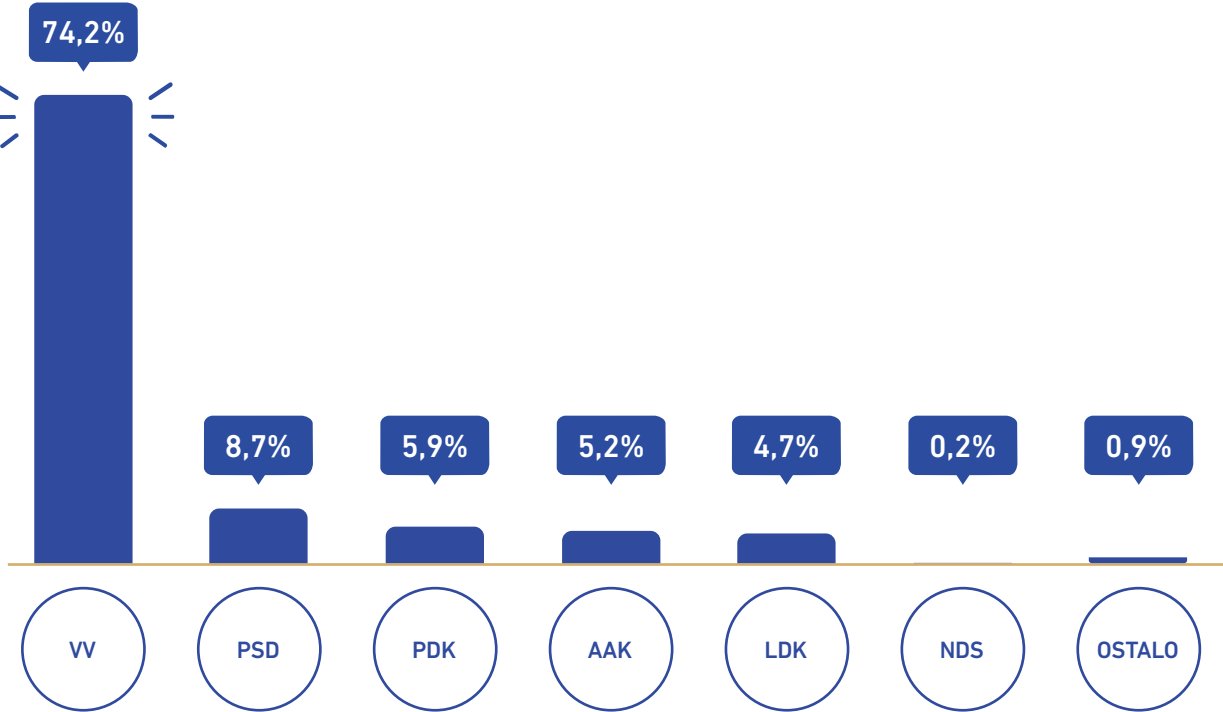
Dominacija napada na pojedince pokazuje da je onlajn debata tokom kampanje bila usmerena uglavnom na personalizaciju izborne trke, pri čemu je pažnja bila usmerena na političke figure, a ne na programe ili subjekte

koje predstavljaju. Takav pristup doprinosi porastu ličnih napada, uvredljivog jezika i omalovažavajućeg sadržaja, pomerajući pažnju sa rasprave o javnim politikama i programskim pitanjima.

Veoma nizak procenat slučajeva usmerenih na političke partije pokazuje da je negativna komunikacija na društvenim mrežama bila gotovo u potpunosti usmerena na pojedince, odražavajući snažnu tendenciju personalizacije političke debate u onlajn prostoru tokom ove izborne kampanje.



Grafikon 6. Najčešće ciljane političke partije



Analiza ciljanih političkih partija pokazuje da je Pokret Samoopredeljenje (LVV) bio glavna meta sadržaja koji predstavlja kršenja, sa 74,2% identifikovanih slučajeva. Ovaj procenat je znatno viši od procenta bilo koje druge partije i može se povezati sa njegovom pozicijom najveće političke snage i glavnog takmičara u izbornoj trci, što ga je učinilo izloženijim kritikama, napadima i negativnoj komunikaciji na društvenim mrežama.

Nakon LVV-a, najčešće ciljane partije bile su PSD sa 8,7%, PDK sa 5,9%, AAK sa 5,2% i LDK sa 4,7% slučajeva. Velika razlika između LVV-a i drugih partija pokazuje da je problematična komunikacija bila koncentrisana uglavnom protiv jednog političkog subjekta.

Ova raspodela odražava visok nivo političke polarizacije na društvenim mrežama, gde je većina napada i problematičnog sadržaja bila usmerena na partiju koja je dominirala političkom scenom i izbornom trkom. Istovremeno, činjenica da su i druge partije bile mete kršenja pokazuje da je negativna komunikacija zahvatila gotovo ceo politički spektar, iako u znatno manjem obimu.

NAPADI NA KANDIDATKINJE



Analiza slučajeva usmerenih na kandidatkinje pokazuje da su žene bile meta



na društvenim mrežama, što predstavlja značajan udeo problematičnog sadržaja identifikovanog tokom izborne kampanje. Ovako visok nivo napada na žene pokazuje da se žene koje učestvuju u političkom i javnom životu i dalje suočavaju sa nesrazmernom izloženošću uvredljivom, omalovažavajućem jeziku i drugim oblicima onlajn nasilja.



55.6%

Treće strane



44.4%

Kandidati političkih stranaka

Kada je reč o autorima ovih napada, 55,6% slučajeva poteklo je od trećih strana, dok je 44,4% poteklo od kandidata političkih partija. Ova raspodela pokazuje da napadi na žene ne dolaze samo od političkih aktera, već u još većoj meri od podržavalaca, aktivista ili drugih korisnika društvenih mreža koji zvanično ne predstavljaju političke subjekte.



Podaci ukazuju da onlajn nasilje i napadi na žene ostaju ozbiljan izazov za ravnopravno učešće u politici. Činjenica da više od polovine napada dolazi od trećih strana pokazuje da adresiranje ove pojave zahteva ne samo veću odgovornost političkih subjekata, već i efikasnije mehanizme za monitoring i moderiranje problematičnog sadržaja na društvenim mrežama.

GOVOR MRŽNJE NA ONLAJN PORTALIMA

Monitoring 152 portala na albanskom i srpskom jeziku putem platforme Pikasa, tokom perioda od 28. maja do 5. juna 2026. godine, identifikovao je značajan nivo govora mržnje u onlajn prostoru. Od više od 334.570 analiziranih komentara, 22.091 komentar identifikovan je kao sadržaj koji sadrži govor mržnje, što čini 7% ukupnog broja.

Nivo od 7% pokazuje da govor mržnje nije marginalna pojava u onlajn diskusijama povezanim sa izborima, već je prisutan u značajnom delu javne debate. Imajući u vidu veliki obim komentara, broj identifikovanih slučajeva pokazuje da onlajn platforme i dalje služe kao prostori u kojima se često ispoljavaju politička polarizacija, verbalni napadi i drugi oblici komunikacije koja stvara podele.

Kandidatkinje i govor mržnje

Podaci pokazuju da su kandidatkinje bile posebno izložene govoru mržnje tokom izborne kampanje. Od 39.866 analiziranih komentara povezanih sa kandidatkinjama, 3.062 su identifikovane kao komentari koji sadrže govor mržnje, odnosno 8% ukupnog broja.

Činjenica da je udeo govora mržnje prema kandidatkinjama viši od opšteg proseka identifikovanog na onlajn portalima (8% u odnosu na 7%) pokazuje da se žene u politici suočavaju sa višim nivoom negativne i omalovažavajuće komunikacije. To odražava dodatne izazove sa kojima se žene suočavaju u javnom i političkom životu, gde često postaju mete ličnih napada koji prevazilaze političku ili programsku debatu.

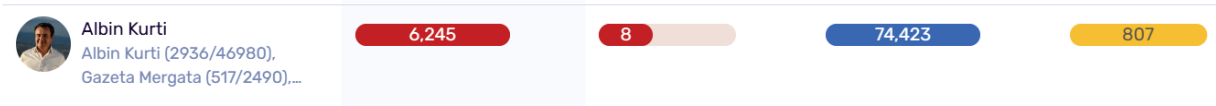
Među najčešće ciljanim ženama bile su Doarsa Kica-Xhelili, Fitore Pacolli-Dalipi, Arbëreshë Kryeziu-Hyseni i Ganimete Musliu, koje su zabeležile najviše udele komentara sa govorom mržnje, u rasponu od 9% do 15% komentara analiziranih za svaku od njih pojedinačno. Ovi nivoi su znatno iznad opšteg proseka monitoringa i pokazuju da su politički najizloženije figure ujedno i ranjivije na verbalne napade u onlajn prostoru.

U celini, nalazi potvrđuju da govor mržnje ostaje ozbiljan izazov za kvalitet javne debate i da se kandidatkinje i dalje suočavaju sa nesrazmernim oblicima onlajn napada. Takvi napadi mogu imati obeshrabrujući efekat na učešće žena u političkom životu i mogu predstavljati potencijalnu prepreku njihovom ravnopravnom predstavljanju u demokratskim procesima.

Kandidati	Komentari sa govorom mržnje	Govor mržnje %	Komentari	Objave
 Doarsa R. Kica Doarsa Kica Xhelili (673/7185), Xhevdet Pozhari (59/301),...	866	9	9,358	37
 Fitore Pacolli - Dalipi Fitore Pacolli (610/3928), Gazeta Mergata (31/127), Qytet...	715	15	4,889	110
 Arbëreshë Kryeziu - Hyseni Arbëreshë Kryeziu Hyseni (293/2355), Hajrulla Çeku...	296	12	2,434	55
 Ganimete Musliu Ganimete Musliu (173/2122), NjeLajm.com (60/124)	233	10	2,245	45

Govor mržnje prema kandidatima za premijera

Analiza komentara na onlajn portalima pokazuje značajne razlike u nivou govora mržnje usmerenog prema kandidatima za premijera tokom izborne kampanje.

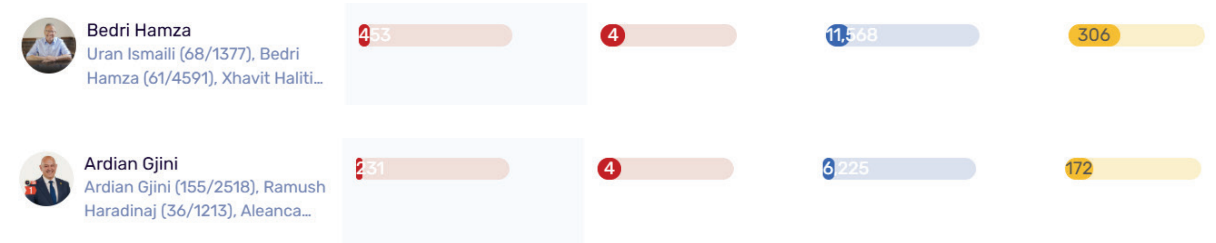


Albin Kurti bio je najizloženiji kandidat i po broju članaka i po obimu komentara. Pomenut je u 804 članka, gde je zabeleženo više od 74 hiljade komentara, od kojih je 8% sadržalo govor mržnje. Pored relativno visokog procenta, zabeležio je i najveći apsolutni broj komentara sa govorom mržnje, što je povezano sa njegovom znatno većom izloženošću u javnim i medijskim debatama tokom kampanje.

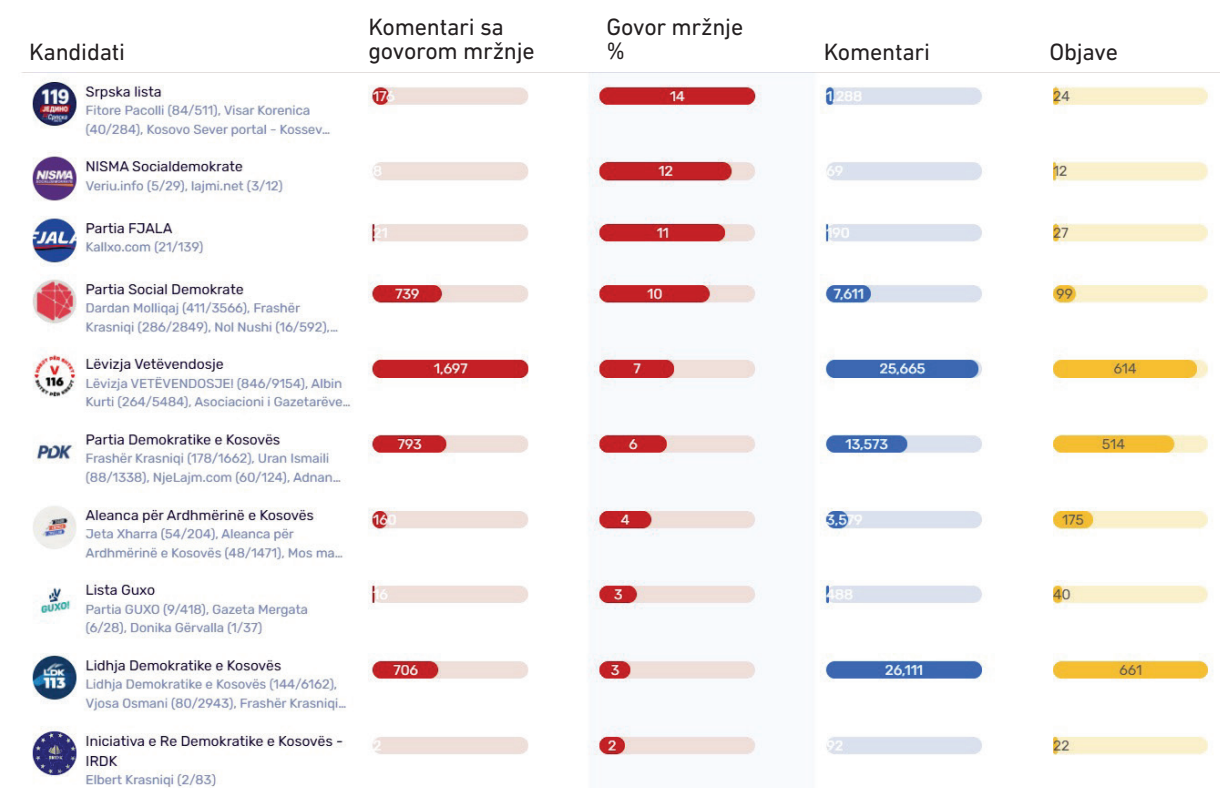
Lumir Abdixhiku zabeležio je drugi najviši nivo govora mržnje, sa 7% komentara identifikovanih kao problematični. Iako je ukupni obim komentara bio znatno niži u poređenju sa drugim kandidatima, visok procenat pokazuje da su diskusije o njemu bile relativno polarizovane.

Nasuprot tome, Bedri Hamza i Ardian Gjini zabeležili su relativno niže nivoe govora mržnje, sa po 4% komentara klasifikovanih kao takvi. Ovi procenti su znatno ispod nivoa identifikovanih za Albina Kurtija i Lumira Abdixhikua, što ukazuje na niži intenzitet komunikacije mržnje u sadržajima povezanim sa ovim kandidatima.

U celini, podaci pokazuju da su kandidati sa najvećom javnom i medijskom izloženošću bili skloniji suočavanju sa višim nivoima govora mržnje. Činjenica da se udeo komentara sa govorom mržnje kretao od 4% do 8% takođe pokazuje da je negativna komunikacija bila prisutna prema svim glavnim kandidatima, iako različitim intenzitetom. To odražava visok nivo političke polarizacije u onlajn diskusijama tokom izborne kampanje.



Govor mržnje prema političkim partijama



Analiza komentara na onlajn portalima pokazuje da se broj komentara sa govorom mržnje prema političkim partijama značajno razlikovao od jednog subjekta do drugog. Rangiranje najizloženijih partija zasnovano je na apsolutnom broju komentara identifikovanih kao govor mržnje, jer procenti mogu izgledati viši kod subjekata koji su imali manji ukupni obim komentara.

Procenat komentara sa govorom mržnje ostaje dopunski pokazatelj za procenu proporcionalnog intenziteta komunikacije mržnje prema svakom političkom subjektu. U tom pogledu, Srpska lista (14%), NISMA Socijaldemokratska inicijativa (12%), Partija FJALA (11%) i Socijaldemokratska partija (10%) imale su najviše procenat komentara sa govorom mržnje. Međutim, ove rezultate treba tumačiti uzimajući u obzir ukupan obim komentara za svaku partiju.

Među glavnim parlamentarnim partijama, Pokret Samooodređenje zabeležio je najviši nivo govora mržnje od 7%, zatim PDK sa 6%, AAK sa 4% i LDK sa 3%. Iako su njihovi procenti niži u poređenju sa nekim manjim subjektima, ove partije su generisale najveći broj komentara, a posledično i najveći apsolutni broj slučajeva govora mržnje.

Posebno, Pokret Samoopredeljenje zabeležio je najveći broj komentara sa govorom mržnje, a zatim PDK, PSD i LDK. To je povezano sa većom javnom i medijskom izloženošću ovih partija tokom izborne kampanje, kao i sa visokim nivoom političke polarizacije koji karakteriše onlajn debatu oko njih.

U celini, podaci pokazuju da je govor mržnje zahvatio ceo politički spektar, ali različitim intenzitetom. Dok su manje partije zabeležile više procenata problematičnih komentara, veće partije bile su meta najvećeg broja slučajeva zbog višeg nivoa pažnje i angažovanja javnosti u vezi sa sadržajima koji se na njih odnose. To odražava visok nivo političke polarizacije i antagonizma u onlajn diskusijama tokom izborne kampanje.

Analiza najčešće korišćenih reči u komentarima javnosti



Analiza najčešće korišćenih reči u komentarima javnosti pokazuje da je onlajn diskurs tokom izborne kampanje karakterisala česta upotreba uvredljivog, omalovažavajućeg i stigmatizujućeg jezika. Učestalo prisustvo ovih izraza pokazuje da se značajan deo onlajn političke debate odvijao kroz lične napade i negativno etiketiranje kandidata, ostavljajući raspravu o programima, politikama i pitanjima od javnog interesa u drugom planu. Posebno, upotreba reči kao što su „izdajnik“, „kriminalac“ i „nepismen“ odražava tendenciju delegitimizacije političkih aktera kroz optužbe i ličnu diskreditaciju.

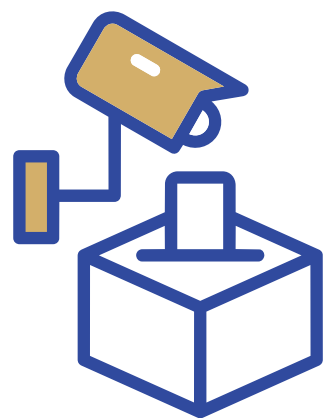
Identifikovanje izraza sa vulgarnim i pogrdnim sadržajem takođe ukazuje na nizak nivo kulture debate u onlajn prostoru i visok stepen političke polarizacije. Ovaj jezik ne samo da narušava standarde demokratske komunikacije, već doprinosi i stvaranju neprijateljskog i podeljenog okruženja za učesnike u političkom i javnom životu.

U celini, analiza najčešće korišćenih reči potvrđuje nalaze monitoringa da su govor mržnje i omalovažavajuća komunikacija bili među dominantnim oblicima interakcije u komentarima javnosti tokom izborne kampanje.

ZAKLJUČCI

Monitoring izborne kampanje za vanredne izbore za Skupštinu Kosova, održane 7. juna 2026. godine, pokazuje da su društvene mreže i onlajn mediji nastavili da imaju centralnu ulogu u političkoj komunikaciji i javnoj debati tokom izbornog perioda. Međutim, nalazi monitoringa pokazuju da je digitalni prostor bio praćen i značajnim nivoom problematične komunikacije, koja je u mnogim slučajevima narušila standarde demokratske debate.

Analiza identifikovanih slučajeva pokazuje da su govor mržnje i klevetnički/omalovažavajući govor dominirali gotovo celim spektrom identifikovanih kršenja. To pokazuje da su onlajn političku komunikaciju tokom kampanje u velikoj meri karakterisali lični napadi, negativno etiketiranje i retorika podela, dok su debate o programima, javnim politikama i pitanjima od interesa za građane ostale u drugom planu.



Praćenje predizborne kampanje za prevremene izbore za Skupštinu Kosova održane 7. juna 2026. godine pokazuje da su društvene mreže i onlajn mediji nastavili da igraju centralnu ulogu u političkoj komunikaciji i javnim debatama tokom izbornog perioda.

Izveštaj takođe identifikuje izraženu personalizaciju napada, budući da su gotovo sva kršenja bila usmerena na individualne kandidate, a ne na političke subjekte. To pokazuje da se izborna trka u onlajn prostoru odvijala uglavnom kroz napade na političke figure, podstičući polarizaciju i antagonizam među podržavaocima različitih političkih subjekata.

Još jedan važan nalaz je koncentracija kršenja u završnoj fazi kampanje. Nagli porast slučajeva u poslednjim danima pokazuje da onlajn komunikacija postaje agresivnija i manje kontrolisana kako se dan glasanja približava. Ovaj period predstavlja najveći rizik za širenje sadržaja koji može negativno uticati na kvalitet javne debate i integritet izbornog procesa.

Monitoring onlajn portala potvrđuje da je govor mržnje i dalje prisutan u značajnom delu komentara javnosti. Visok nivo govora mržnje prema kandidatkinjama posebno je zabrinjavajući, jer su se one suočile sa višim nivoom napada u poređenju sa opštim prosekom monitoringa. To pokazuje da se žene u politici i dalje suočavaju sa dodatnim preprekama za učešće u javnom i političkom životu.

U celini, nalazi ovog izveštaja pokazuju da glavni izazov onlajn izborne komunikacije na Kosovu nisu dezinformacije, već normalizacija govora mržnje, uvreda i omalovažavajuće komunikacije. Unapređenje kvaliteta javne debate zahteva veće angažovanje političkih subjekata, nadležnih institucija, medija, digitalnih platformi i samih korisnika društvenih mreža u promovisanju kulture komunikacije zasnovane na poštovanju, argumentaciji i demokratskom nadmetanju.

PREPORUKE

Na osnovu nalaza monitoringa, posebno dominacije problematičnih komentara, koncentracije slučajeva na kraju kampanje i veće izloženosti kandidatkinja govoru mržnje, preporučuju se sledeće mere:



Za političke subjekte i kandidate

- Usvojiti i primeniti interna pravila za etičku onlajn komunikaciju, zabranjujući govor mržnje, lične napade i omalovažavajući govor od strane kandidata, aktivista i njihovih predstavnika.
- Ojačati moderiranje zvaničnih stranica i profila, uključujući uklanjanje ili prijavljivanje komentara koji sadrže govor mržnje, pretnje, rodno zasnovane napade ili druge problematične sadržaje.
- Javno reagovati na rodno zasnovane napade i izbegavati narative koji mogu podstaći polarizaciju, stigmatizaciju ili neprijateljstvo prema političkim protivnicima.
- Odrediti odgovorna lica za praćenje onlajn komunikacije, uz pojačanu pažnju tokom poslednjih dana kampanje.



Za medije i onlajn portale

- Sprovoditi jasne i dostupne politike moderiranja komentara, uz definisanje kategorija sadržaja koji nisu dozvoljeni i procedura za njihovo uklanjanje.
- Ulagati u kombinovanje automatskih filtera sa ljudskim moderiranjem, posebno za sadržaje koji sadrže govor mržnje, rodno zasnovane napade i ponovljene uvrede.
- Izbegavati naslove, formulacije ili uredničke prakse koje mogu podstaći polarizaciju i povećavati angažovanje kroz konflikt.



Za organe za upravljanje izborima i nadležne institucije

- Uspostaviti koordinacione mehanizme sa medijima, digitalnim platformama, organizacijama za monitoring i nadležnim institucijama radi bržeg reagovanja na problematične sadržaje.
- Intenzivirati javni monitoring i informativnu komunikaciju u poslednjim danima kampanje, kada je rizik od širenja problematične komunikacije najveći.
- Izraditi smernice za sprečavanje i adresiranje onlajn napada na kandidatkinje i druge ranjive grupe.



Za monitore i organizacije civilnog društva

- Nastaviti sistematski monitoring onlajn komunikacije tokom celog izbornog ciklusa, uz povećane kapacitete u periodu pre dana glasanja.
- Objavljivati periodične nalaze na pristupačan način, kako bi se problematični slučajevi i trendovi adresirali blagovremeno.
- Razvijati programe medijske i digitalne pismenosti, sa fokusom na prepoznavanje govora mržnje, dezinformacija i onlajn rodno zasnovanih napada.
- Pružiti podršku kandidatima i ciljanim grupama, uključujući smernice za prijavljivanje, dokumentovanje i reagovanje na napade u digitalnom prostoru.

PRILOG 1:

POJMOVNIK KLJUČNIH IZRAZA

Govor mržnje	Uvredljiv ili preteći govor ili pisanje koje izražava kategoričku predrasudu prema određenoj grupi, posebno po osnovu rase, pola, vere ili seksualne orijentacije
Dezinformacije	Lažne informacije koje se namerno i često prikriveno šire, na primer pokretanjem glasina, sa ciljem da utiču na javno mnjenje ili zamagle istinu.
Pogrešne informacije	Širenje netačnih ili lažnih informacija, bez obzira na to da li se to čini namerno ili nenamerno.
Informacija van konteksta	Kada se deo informacije ili izjava tumači, koristi ili predstavlja na način koji ne odražava njeno puno ili tačno značenje u izvornom kontekstu. To se može dogoditi namerno ili nenamerno i često dovodi do nesporazuma ili pogrešnih tumačenja.
Klevetnički/omalovažavajući govor	Svaka vrsta jezika, bilo pisanog ili usmenog, koja ima za cilj da umanji, naruši ugled ili omalovaži osobu, grupu ili instituciju.
Mim	Zabavna ili zanimljiva fotografija, video i sl. koji se široko šire internetom.

Podržano od:

