

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

novembar 2025.



Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

novembar 2025.

Pripremio:

Demokratija za razvoj

Autorsko pravo © 2025 **Demokratija za razvoj (D4D)**. Sva prava zadržana.

Izuzev za citiranje kratkih pasusa u svrhu kritike i revizije, nijedan deo ove publikacije ne može se umnožavati, čuvati u sistemu za kasnije preuzimanje ili prenositi u bilo kom obliku ili bilo kojim sredstvima, elektronskim, mehaničkim, za fotokopiranje, beleženje ili drugo, bez prethodne dozvole instituta D4D.

Ovaj izveštaj o praćenju priređen je u sklopu projekta „Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža,” koji realizuje Demokratija za razvoj (D4D) uz podršku Centra za humanitarni dijalog (HD).

Sadržaj ovog izveštaja je isključiva odgovornost D4D-a i ni na koji način se ne može smatrati odrazom stavova **HD**-a.

Ključni nalazi

152 prekršaja

Platforme društvenih mreža sa najvećim brojem prekršaja

- 95% Fejsbuk
- 5% TikTok
- 1% Instagram

Priroda prijavljenih prekršaja

- 70% govor mržnje
- 14% lično zastrašivanje
- 9% dezinformacije
- 1% podsticanje na nasilje
- 1% etnički/verski napad
- 5% drugo

Političke stranke sa najviše prekršaja

- 58% Pokret Samoopredeljenje! (LVV)
- 13% Demokratska partija Kosova (PDK)
- 6% Alternativa
- 5% Alijansa za budućnost Kosova (AAK)
- 2% Srpska lista (SL)
- 1% Demokratski savez Kosova (LDK)
- 1% GUXO
- 14% Ostali

Političke stranke koje su bile najčešće mete

- 30% PDK
- 16% VV
- 13% LDK
- 2% AAK
- 2% SL
- 1% GUXO
- 23% Ostali
- 14% slučajeva u kojima nijedna politička stranka nije bila meta

Vrsta navodnih prekršilaca

- 66% kandidati za skupštinu opštine
- 13% mediji
- 11% politički analitičari
- 10% kandidati za predsednika opštine
- 1% političke stranke

Sadržaj

Pregled izveštaja	8
Uvod	10
Metodologija	12
Fokus i obim praćenja	12
Pravni osnov i kategorije praćenog sadržaja	14
Jedinica za praćenje	14
Korišćenje Pikasa platforme za analizu podataka	15
Angažovanje zainteresovanih strana	16
Ograničenja studije	16
Ključni nalazi	17
Opšti pregled	17
Političke stranke i kandidati	26
Govor mržnje na društvenim mrežama	33
Period nakon izbora	37
Prijavljeni prekršaji na rodnoj osnovi	42
Zaključci	46
Prilog 1: Kodeks ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora na Kosovu	48
Preambula	48
I. Političke partije i kandidati	49
II. Mediji	51

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

Poštovanje etičkih i pravnih standarda	51
Obezbeđivanje transparentnosti političkog oglašavanja	52
Sprečavanje i uzdržavanje se od kreiranja i širenja štetnog onlajn sadržaja	52
III. Organizacije civilnog društva	54
Prilog 2: Spisak potpisnika Deklaracije	57
Političke stranke	57
MEDIJI	57
Organizacije civilnog društva.....	58
Prilog 3: Glosar ključnih terminoloških odrednica	59

Spisak skraćenica

AAK	Alijansa za budućnost Kosova
D4D	Demokratija za razvoj
HD	Centar za humanitarni dijalog
LDK	Demokratski savez Kosova
NISMA	Socijaldemokratska inicijativa
NDS	Nova demokratska stranka
PDK	Demokratska partija Kosova
SL	Srpska lista
LVV	Pokret SAMOOPREDELJENJE!

Pregled izveštaja

Izveštaj „Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine“, koji je pripremila organizacija Demokratija za razvoj (D4D), analizira političku komunikaciju na društvenim mrežama tokom kampanje u susret lokalnim izborima održanim 12. oktobra 2025. godine.

Glavni cilj izveštaja je bio da se proceni stopa poštovanja Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine i da se identifikuju prekršaji koji su uticali na atmosferu kampanje i kvalitet javne debate.

Praćenje je obavljeno u 14 opština širom Kosova korišćenjem mešavine kvalitativne i kvantitativne metodologije, koja je kombinovala ručnu analizu sadržaja korišćenjem platforme Pikasa za automatizovano otkrivanje problematičnih komentara, objava i reakcija (vidi Tabelu 1 za odabrane opštine).

Praćenje je obuhvatilo digitalne platforme kao što su Fejsbuk, Instagram, TikTok i onlajn novinske portale.

Ključni nalazi:

- Tokom perioda praćenja (1. septembar – 26. oktobar 2025. godine) utvrđeno je 152 prekršaja.
- 95% prekršaja dogodilo se na Fejsbuku, što potvrđuje da isti predstavlja dominantnu platformu za predizbornu političku komunikaciju; TikTok je činio 5%, a Instagram samo 1%.
- Govor mržnje predstavljao je najučestaliji vid prekršaja (70%), za kojim je sledilo lično zastrašivanje (14%), dezinformacije (9%) i podsticanje na nasilje (1%). (Vidi glosar sa definicijama koji sledi u Prilogu 3 u nastavku).
- Kandidati za skupštine opština bili su najčešći prekršioci (66% slučajeva), za kojima su sledili mediji (13%), politički analitičari (11%) i kandidati za predsednike opština (10%).

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

- Među političkim strankama, od Samoopredeljenja (LVV) je poticalo više od polovine svih identifikovanih prekršaja (58%), za kojim su sledili PDK (13%), Alternativa (6%), AAK (5%) i Srpska lista (2%).
- Kada je reč o metama, PDK je stranka koja je bila izložena najvećem broju napada (30% negativnog sadržaja), za kojom su sledili LVV (16%) i LDK (13%).
- 40% prekršaja dogodilo se pre zvaničnog perioda kampanje, što ukazuje na to da politički akteri često testiraju svoje poruke van zakonski dozvoljenog vremenskog okvira, po svemu sudeći kako bi izbegli kazne koje bi mogle biti izrečene tokom predizborne kampanje.
- Prizren (36%) i Priština (21%) su zabeležili najveći broj prekršaja, dok u opštinama sa prevashodno manjinskim življem nisu zabeleženi nikakvi prekršaji.

Praćenje sugerše da su platforme društvenih mreža postale centralna arena političkog nadmetanja - ali i prostori kojima dominiraju kleveta, polarizacija i dezinformacije. Upotreba govora mržnje i ličnih napada, često sa rodno pristrasnim prizvukom, podrila je učešće žena i poverenje javnosti u izborni proces.

Izveštaj zaključuje da, iako su društvene mreže prerasle u suštinsko sredstvo za političku komunikaciju i animiranje građana, odsustvo odgovornosti u njihovom korišćenju predstavlja ozbiljnu pretnju po demokratski integritet izbora. Stoga poklanjanje veće pažnje na podržavanje odgovornijeg ponašanja na internetu, digitalne pismenosti, transparentnosti i rodne ravnopravnosti mora ostati u središtu prioriteta, kada je reč o budućim demokratskim političkim kampanjama na Kosovu.

Uvod

Predizborne kampanje na Kosovu su pretrpele duboku transformaciju u poslednjoj deceniji, a društvene mreže sve više dobijaju na važnosti, kao značajne platforme za političku komunikaciju, izbornu kampanju i javnu debatu.

Ovaj trend je bio vidljiviji nego ikad ranije na lokalnim izborima 2025. godine. Kandidati, političke stranke i njihove pristalice koristili su digitalni prostor - posebno Fejsbuk, TikTok i Instagram - kao alat za širenje političkih poruka, animiranje birača i konstruisanje lokalizovanih narativa o izbornoj trci. Uz mogućnost šireg učešća, transparentnosti i direktne komunikacije sa građanima, veće korišćenje društvenih mreža donelo je sa sobom i nove izazove kada je reč o integritetu izbornog procesa, kao i po društveni i politički život u širem smislu. Širenje govora mržnje, dezinformacija, ličnog zastrašivanja i političke клевете doprinelo je rastućoj društvenoj polarizaciji i padu kvaliteta javne debate, umanjujući ulogu ideja i političkih platformi u korist emotivnog i sadržaja koji dovodi do razdora.

U ovom izveštaju, Demokratija za razvoj (D4D) predstavlja nalaze svog praćenja aktivnosti na društvenim mrežama tokom kampanje za lokalne izbore 2025. godine, sprovedenog u nameri da izmeri stepen u kome su politički subjekti ispoštovali „Kodeks ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine“. Praćenje je koristilo kombinaciju kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja objava postavljenih na glavnim digitalnim platformama u periodu pre kampanje, tokom zvanične kampanje i nakon kampanje. Njegova svrha je da identifikuje prirodu i obim prekršaja, vodeće aktere uključene u problematičan sadržaj, u onlajn političkoj komunikaciji.

Jedan od aspekata ove kampanje koji je najviše zabrinjavao bila je velika rasprostranjenost rodno zasnovanog pogrdnog izražavanja, posebno uperenog da ponizi žene koje učestvuju u političkom životu. Kandidatkinje su rutinski bile izložene ličnim napadima i uvredama koje se nisu odnosile na njihove političke platforme ili stavove, već na njihov pol, izgled i društvene uloge – što zapravo pokazuje da se rodna ravnopravnost u političkom životu na Kosovu i dalje susreće sa preprekama.

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

U ovom izveštaju, D4D analizira da li su politički akteri ispoštovali obaveze koje su preuzeli potpisivanjem Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom predizborne kampanje. Analiza takođe baca svetlo na to kako društvene mreže utiču na lokalne izborne kampanje u širem smislu i istražuje kako samoregulatorni naponi, poput Kodeksa ponašanja, mogu doprineti pravednijem, etičnijem i uključivijem izbornom okruženju - u kojem politička konkurencija počiva na idejama, programima i javnoj odgovornosti, a ne na retorici koja vodi ka razdoru ili klevetničkoj propagandi.

Metodologija

Ovaj izveštaj se zasniva na sistematskom praćenju izborne kampanje na društvenim mrežama, koje su obavili Demokratija za razvoj (D4D), uz podršku Centra za humanitarni dijalog (HD), kroz kombinaciju metoda kvalitativnog i kvantitativnog praćenja. Glavni cilj je bio da se proprate prekršaji Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža, kao i da se identifikuju prekršaji etičkih i pravnih standarda.

Fokus i obim praćenja

Praćenje je bilo usredsređeno na procenu stope u kojoj su političke stranke, kandidati, mediji, politički analitičari i organizacije civilnog društva ispoštovali svoje obaveze odgovornog korišćenja društvenih mreža, tokom predizborne kampanje. Analiza je takođe obuhvatila političke aktere koji nisu potpisali Kodeks ponašanja, kako bi se osigurala sveobuhvatna procena.

Tabela 1. Praćenje je obuhvatilo izborne aktivnosti u 14 opština na Kosovu.

Br.	Opština	Broj stanovnika	Aktuelni predsednik opštine sa izbora 2021.	Većinska zajednica	Drugi krug izbora 2025.
1	Priština	195,509	LDK	albanska	Da
2	Prizren	84,720	PDK	albanska	Da
3	Peć	41,171	LDK	albanska	Da
4	Južna Mitrovica	44,293	PDK	albanska	Da

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

5	Gnjilane	53,279	LVV	albanska	Da
6	Đakovica	41,809	AAK	albanska	Da
7	Uroševac	52,392	PDK	albanska	Ne
8	Glogovac	7,081	PDK	albanska	Ne
9	Vučitrn	28,150	PDK	albanska	Da
10	Mamuša	5,507	KDTP	turska	Da
11	Gračanica	4,923	SL	srpska	Ne
12	Severna Mitrovica	27,730*	SL/LVV**	srpska	Ne
13	Leposavić	16,906*	SL/PDK**	srpska	Ne
14	Zubin Potok	8,081*	SL/PDK**	srpska	Ne

* Za opštine pod rednim brojem 12 do 14, podaci su nepouzdati zbog niskog učešća u popisu stanovništva i oslanjanja na procene.

**Na izborima za predsednika opštine 2021. godine, izabrani su kandidati SL, ali su nakon njihovih ostavki, predsednici opština izabrani iz reda različitih političkih stranaka.

Posebna pažnja je poklonjena sadržaju koji se odnosi na nevećinske zajednice, žene, mlade i druge ranjive grupe.

Među propraćenim platformama nalazile su se:

Fejsbuk, Instagram, TikTok i onlajn novinski portali.

Praćenje je obuhvatilo kako izvorni tako i sponzorisan sadržaj koji su objavile političke stranke, kandidati, pristalice, treće strane i drugi uticajni akteri, uključujući objave, izjave, komentare, video poruke i bilo koji drugi vid onlajn političke komunikacije.

Pravni osnov i kategorije propraćenog sadržaja

Procena se rukovodila kosovskim pravnim okvirom i dobrovoljnim normama, među kojima:

- Zakon o opštim izborima i Zakon o lokalnim izborima;
- Kodeks ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža;
- Zakon o zaštiti od diskriminacije.

Kategorije propraćenog sadržaja su, između ostalog, uključivale:

- govor mržnje, diskriminatorski ili ponižavajući način izražavanja;
- dezinformacije, netačne informacije i lažne vesti;
- klevetu, uvrede i sadržaj štetan po izborni proces.

Jedinica za praćenje

D4D je angažovao tim sastavljen od pet posmatrača, raspoređenih u različite regione i političke subjekte, koji su predstavljali različite etničke zajednice, dok je vodeći posmatrač na sistematskoj osnovi proveravao i utvrđivao valjanost svih nalaza pre uvršćivanja u analizu.

- Praćenje se odvijalo u tri faze:
- Pre kampanje: 1 – 12. septembra 2025.
- Zvanična kampanja za prvi krug i dan izbora: 13. septembra – 11. oktobra 2025.
- Period nakon izbora: 13 – 26. oktobra 2025.

Lokalni izbori su održani 12. oktobra 2025. godine, a drugi krug izbora za predsednike opština održan je 9. novembra 2025. godine. Šest od 14 praćenih opština izabralo je predsednike opština u prvom krugu (nakon što su osvojili više od 50% glasova), dok je osam njih otišlo u balotažu.

Korišćenje Pikasa platforme za analizu podataka

U nameri da se poboljša tačnost i transparentnost, praćenje je podržano analitičkom platformom Pikasa¹, koja omogućava automatizovano prikupljanje, filtriranje i klasifikovanje podataka sa društvenih mreža.

Pikasa je korišćena da:

- identifikuje i klasifikuje uvredljive, diskriminatorne ili neprimerene komentare;
- izmeri angažovanost (lajkovi, komentari, deljenja) radi analize dometa političkog sadržaja;
- klasifikuje prekršaje po tipologiji (govor mržnje, kleveta, dezinformacije itd.);
- istakne kandidate koji su najčešće bili meta napada ili najaktivnije kandidate i političke stranke.

¹ Pikasa Analytics (dostupno na pikasa.ai) je komercijalna alatka za praćenje medija i slušanje društvenih medija, koja obuhvata glavne društvene platforme (među kojima se nalaze Fejsbuk, Instagram, TikTok) i na hiljade digitalnih i novinskih kanala. Kompanija navodi da ima preko 15 godina iskustva u analizi podataka i korišćenju veštačke inteligencije za praćenje medija; posluje na Balkanu, u istočnoj Evropi, centralnoj Aziji i šire, i opslužuje klijente iz poslovne zajednice, medija, civilnog društva i vlade. Njegove višeregionalne i višejezične mogućnosti (uključujući lokalne jezike) podržavaju praćenje na nekoliko tržišta, što pomaže u izgradnji poverenja u relevantnost i pouzdanost alata za ovaj projekat.

Preko Pikase, unapred određeni posmatrač je analizirao sadržaj na Fejsbuku, uključujući izvorne objave političkih aktera i reakcije korisnika.

Angažovanje zainteresovanih strana

3. septembra 2025. godine, D4D i HD su organizovali ceremoniju potpisivanja Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom kampanje za lokalne izbore 2025. godine, sa ciljem negovanja bezbednijeg, konstruktivnijeg i inkluzivnijeg onlajn političkog diskursa.

Ovaj Kodeks je sadržao preuzete obaveze u vezi sa:

- poštovanjem zakona i etičkih standarda;
- uzdržavanjem od dezinformacija i govora mržnje;
- promovisanjem konstruktivne debate i ravnopravnog učešća;
- međusobnog poštovanja među političkim akterima.
- poštovanjem rodno osetljivih standarda u političkom govoru

D4D i HD su se obratili svim političkim strankama i širokom spektru organizacija civilnog društva i medijskih organizacija kako bi podstakli široku podršku Kodeksu. Iako sve političke stranke nisu potpisale Kodeks, nekoliko ključnih vladajućih i opozicionih stranaka pridružilo se inicijativi, pokazujući široku podršku jačanju etičkih standarda u onlajn kampanjama.

Ograničenja studije

Ovaj izveštaj analizira samo javno dostupan sadržaj objavljen na društvenim mrežama i ne uključuje privatnu komunikaciju ili podatke koji nisu dostupni javnosti ili administratorima stranica.

Zbog dinamične prirode društvenih mreža, uključujući brisanje objava ili komentara, postoji mogućnost da neki slučajevi nisu u potpunosti dokumentovani.

Međutim, kombinacija ručnog praćenja koje je obavio tim D4D i napredne analize posredstvom Pikase daje sveobuhvatan, uravnotežen i pouzdan pregled prirode, intenziteta i uticaja problematičnog onlajn sadržaja tokom predizborne kampanje.

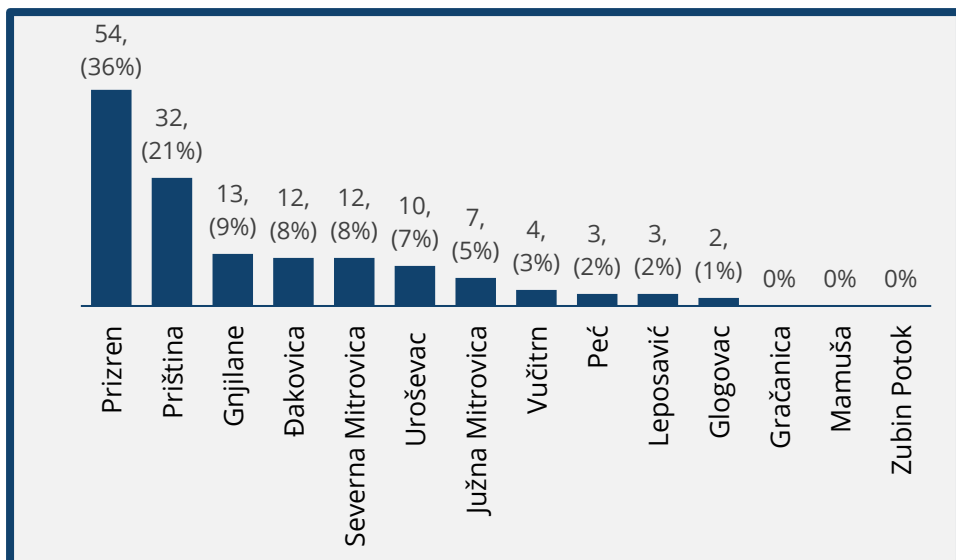
Ključni nalazi

Opšti pregled

Tim je duž perioda praćenja, identifikovao ukupno 152 prekršaja Kodeksa ponašanja i etičkih i pravnih standarda u onlajn političkoj komunikaciji, zabeležena u 14 opština uključenih u lokalne izbore na Kosovu 2025. godine.

Prekršaji su bili skoncentrisani uglavnom u nekoliko velikih gradskih opština, gde je politička trka bila konkurentnija. Prizren predstavlja opštinu sa najvećim brojem slučajeva (36%), za kojim je usledila Priština (21%), što oslikava visok nivo političke aktivnosti i konkurencije među vodećim kandidatima. Gnjilane je zauzelo treće mesto sa 9%, što pokazuje značajno prisustvo jezika razdora i političkih optužbi tokom kampanje.

Grafikon 1. Procenat prijavljenih prekršaja po opštini



Nasuprot tome, u tri opštine sa nevećinskim življem, nisu nađeni nikakvi prekršaji tokom perioda praćenja. Ovo se može pripisati nekolicini faktora: nižem nivou onlajn kampanje, manjem broju aktivnih kandidata na društvenim mrežama i nižem stepenu političke konkurencije u tim opštinama.

Generalno, nalazi ukazuju na to da su prekršaji bili skoncentrisani u oblastima sa višim nivoima digitalne političke komunikacije, što ukazuje na direktnu korelaciju između onlajn aktivnosti kampanje i verovatnoće etičkih ili pravnih prekršaja.

Vremenska analiza podataka pokazuje da su prekršaji u onlajn političkoj komunikaciji bili najučestaliji pre zvaničnog početka izborne kampanje.

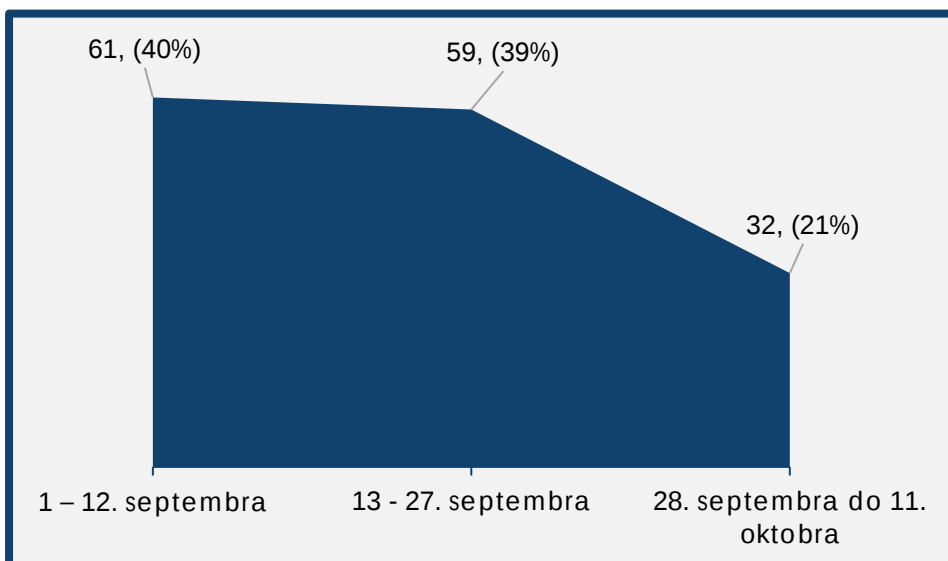
U periodu pre kampanje (1–12. septembra 2025. godine), zabeleženo je 40% svih identifikovanih prekršaja. Ovo ukazuje na to da su političke stranke i kandidati počeli da testiraju svoje poruke i političke narative mimo pravnog okvira koji uređuje period kampanje.

U prve dve nedelje zvanične kampanje (13–27. septembra 2025. godine), učestalost prekršaja ostala je gotovo nepromenjena - 39% svih slučajeva - što oslikava period obeležen žustrim političkim sukobima i polarizovanim sadržajem.

U poslednje dve nedelje kampanje (28. septembra – 11. oktobra 2025. godine), primećen je značajan pad u prekršajima, imajući u vidu da se broj slučajeva prepolovio, i činio je samo 21% ukupnog broja. Ovaj trend nije neuobičajen za završnu fazu izborne trke. Sličan obrazac je zabeležen na lokalnim izborima 2021. godine, kada se broj prekršaja smanjio u poslednjim nedeljama kampanje – što ukazuje na to da politički akteri imaju tendenciju da budu oprezniji kako se približava dan izbora, po svemu sudeći usled većeg javnog nadzora, pažnje medija i nadzora institucija.

Generalno, ovi nalazi pokazuju da je u periodu pre kampanje zabeležen najveći broj prekršaja, i samim tim na potrebu da se ojačaju mehanizmi praćenja, čak i pre zvaničnog početka predizborne kampanje.

Grafikon 2. Prijavljeni prekršaji po vremenskom periodu



Analiza praćenog sadržaja pokazuje da je govor mržnje bio najrasprostranjeniji vid prekršaja, s obzirom da je činio 70% svih identifikovanih slučajeva. Ovako visok nivo pogrdnog, uvredljivog ili huškačkog načina izražavanja usmerenog ka određenim društvenim grupama ukazuje na to da se društvene mreže koriste za širenje političkih podela i društvene polarizacije.

Druge značajne vrste prekršaja uključivale su: lično zastrašivanje i napade na pojedince (14% slučajeva), obično usmerene ka političkim suparnicima, novinarima ili stranačkim pristalicama i dezinformacije i širenje lažnih vesti (9% slučajeva), koje su često korišćene da bi se uticalo na javnu percepciju kandidata ili stranaka.

Što se tiče profila prekršilaca, analiza pokazuje jasnu distribuciju među grupama političkih i medijskih aktera:

Kandidati za skupštine opština bili su najčešći prekršioci, čineći najveći procenat prijavljenih slučajeva. Ovaj nalaz odgovara velikom broju potvrđenih kandidata za lokalne izbore (5,624 kandidata) i činjenici da su mnogi od njih samostalno upravljali svojim stranicama na društvenim

mrežama, često bez stručnog usmeravanja kada je reč o standardima javne komunikacije.

Medijske kuće su počinile 13% prekršaja, što pokazuje da su pristrasno izveštavanje, senzacionalistički naslovi i deljenje neproverenog sadržaja i dalje široko rasprostranjene prakse tokom izbornih perioda.

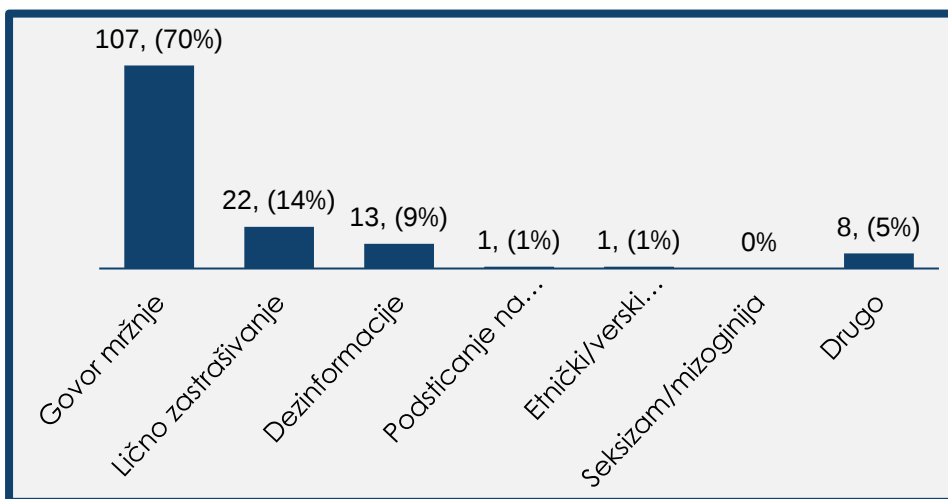
Nova kategorija identifikovana na ovim izborima bili su politički analitičari – prevashodno novinari i nezavisni politički komentatori – koji su svojim objavama i komentarima na društvenim mrežama doprineli 11% prekršaja. Upotreba polarizujućeg jezika od strane ovih uticajnih javnih ličnosti doprinela je jačanju stranačkih podela i oblikovanju javnog diskursa tokom kampanje.

Kandidati za predsednike opština su po svemu sudeći bili oprezniji u svojoj onlajn komunikaciji, i čine svega 10% prekršaja. Ovo sugerise da su visoka javna vidljivost i rizik po ugled podstakli vodeće kandidate da izbegavaju jezik koji izaziva razdor i kontroverzni sadržaj. Pored toga, kandidati koji očekuju potencijalni drugi krug mogu namerno izbegavati polarizujuću ili neprijateljsku retoriku kako bi ostavili kao mogućnost da pridobiju podršku drugih političkih stranaka. Uopšteno, ovi faktori pomažu da se objasni zašto vodeći kandidati imaju tendenciju da se uzdržavaju od jezika koji izaziva razdor ili kontroverznog sadržaja.

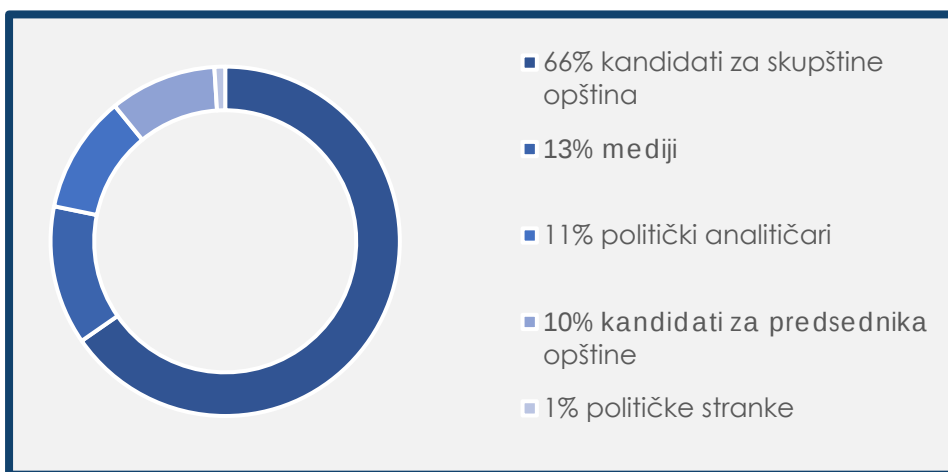
Generalno, podaci ukazuju da govor mržnje i dalje predstavlja dominantan vid prekršaja, dok se uticaj nestranačkih aktera – poput medija i analitičara – povećao u širenju polarizujućih narativa duž predizborne kampanje.

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

Grafikon 3. Procenat prijavljenih prekršaja, po vrsti prekršaja



Grafikon 4. Procenat prijavljenih prekršaja po njihovom navodnom počinioocu



Podaci koji su proizašli iz praćenja pokazuju da je većinu prekršaja na društvenim mrežama tokom predizborne kampanje prvenstveno izazvao pokret Samoopredeljenje (LVV), koji se nalazi u samom začelju ove liste sa 58% svih identifikovanih prekršaja. Ovako visok procenat povezan je sa

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

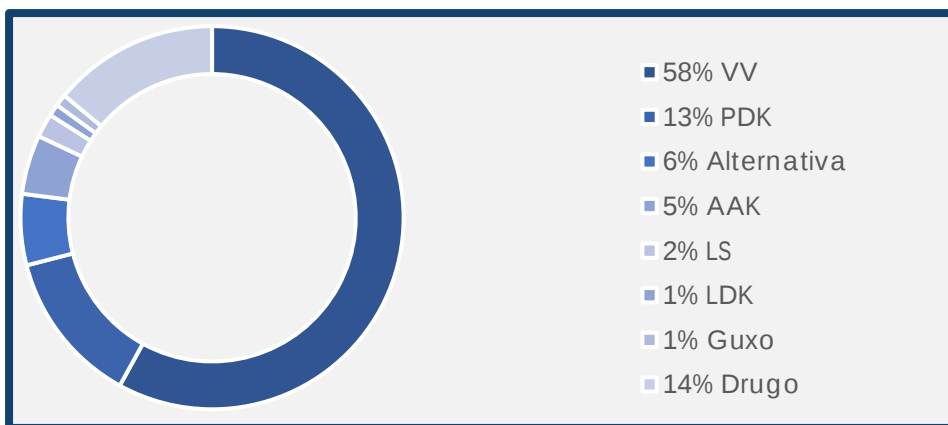
intenzivnom onlajn aktivnošću lokalnih ogranaka VV i velikim brojem njegovih kandidata koji su angažovani u onlajn komunikaciji.

Za istim slede Demokratska partija Kosova (PDK) sa 13%, Alternativa sa 6%, Alijansa za budućnost Kosova (AAK) sa 5%, Srpska lista (SL) sa 2% i Demokratski savez Kosova (LDK) sa 1% zabeleženih prekršaja.

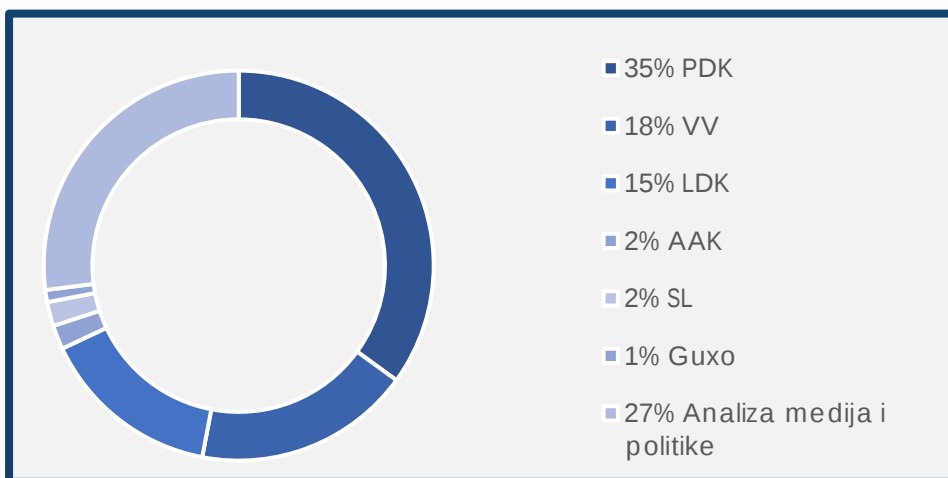
S druge strane, analiza negativnog sadržaja i verbalnih napada pokazuje da je PDK bila najčešća meta, sa 35% negativnog sadržaja, za kojom slede VV (18%), LDK (15%), AAK i SL (2%), i Guxo (1%). Pored političkih stranaka, mete negativnog sadržaja bili su politički analitičari i medijske kuće u 27% slučajeva.

Generalno, podaci ukazuju na to da stranke sa jačim digitalnim prisustvom nisu samo najčešći izvori prekršaja već su i najčešće mete negativnog sadržaja, što stvara recipročni ciklus optužbi, kontranapada i političke polarizacije u onlajn prostoru.

Grafikon 5. *Političke stranke sa najvećim brojem prekršaja*



Grafikon 6. *Političke stranke koje su najčešće bile meta napada*



Podaci proizašli iz praćenja pokazuju da je velika većina prekršaja (94,7%) zabeležena na Fejsbuku, koji ostaje dominantan kanal političke komunikacije na Kosovu.

Fejsbuk je najšire korišćena platforma kako od strane građana tako i od strane političara, i služi kao primarni prostor za deljenje političkih poruka, animiranje pristalica i učešće u javnoj debati. U većini slučajeva, političari koriste svoje lične naloge ili zvanične stranice kako bi direktno komunicirali sa biračima – često bez profesionalnog medijskog ili uredničkog nadzora – što povećava verovatnoću etičkih i zakonskih prekršaja.

TikTok je na drugom mestu, sa 4.6% identifikovanih slučajeva. Platforma dobija na značaju u političkim kampanjama, posebno među mlađim kandidatima koji imaju za cilj da dopru do nove i dinamičnije publike. Sadržaj na TikToku često karakterišu kratki, humoristični ili video zapisi sa emotivnim nabojem, od kojih neki sadrže elemente pogrdnog načina izražavanja.

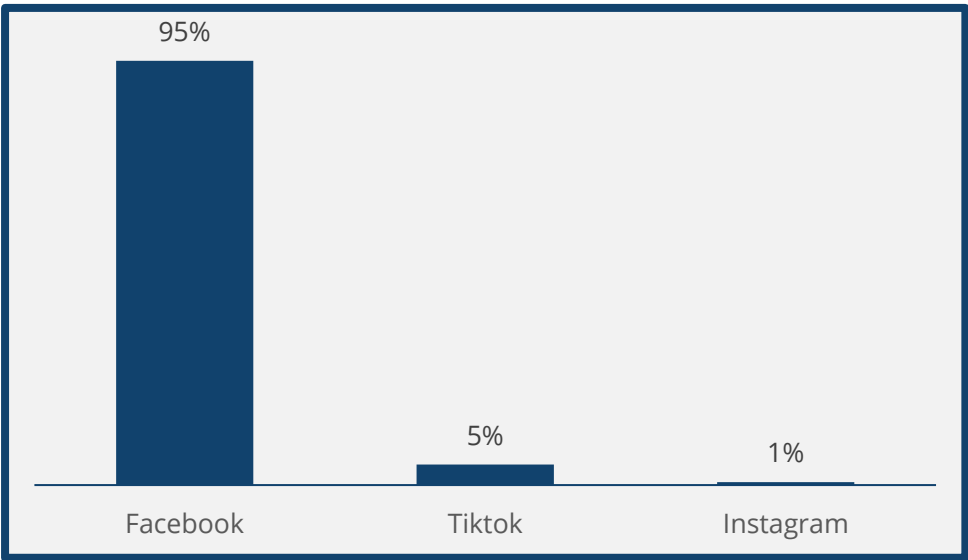
Sa druge strane, Instagram je činio samo 0.7% slučajeva, što odražava ograničeniju prirodu platforme i njenu primarnu upotrebu za izgradnju ličnog imidža i promociju događaja, a ne za direktnu političku komunikaciju.

Tabela 2. Prekršaji zabeleženi u zavisnosti od platforme društvenih mreža

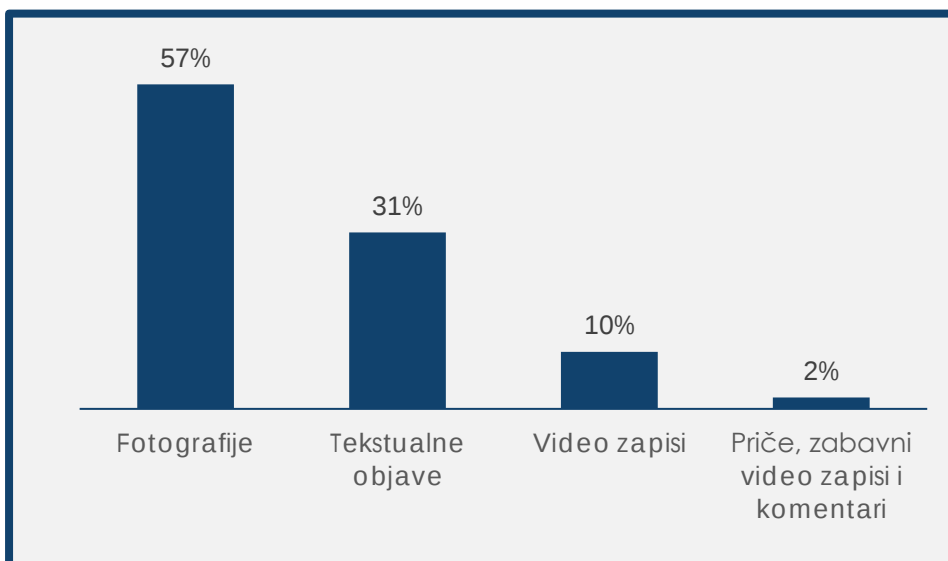
Br.	Društveni mediji	Broj slučajeva	Procenat
1	Fejsbuk	144	94.7%
2	TikTok	7	4.6%
3	Instagram	1	0.7%

Podaci pokazuju da Fejsbuk i dalje predstavlja glavnu arenu gde se dešavaju prekršaji tokom izbornih kampanja na Kosovu, dok se TikTok pojavljuje kao platforma u usponu, koja će zahtevati veću pažnju mehanizama za praćenje i inicijativa za digitalnu pismenost na budućim izborima.

Grafikon 7. Procenat prekršaja po platformi društvenih mreža



Grafikon 8. Vrsta sadržaja u prekršajima



Što se tiče formata putem kojih je objavljivao problematičan sadržaj, analiza pokazuje da se većina prekršaja dogodila putem fotografskih objava, koje čine 57% svih identifikovanih slučajeva.

Ovaj format najčešće koriste kandidati i političke stranke, jer fotografije i slike nose snažan emocionalni i vizuelni uticaj, dopiru do šire publike i generišu veće stope angažovanja (lajkovi, komentari, deljenja).

Tekstualne objave nalaze se na drugom mestu, i čine 31% prekršaja, često se pojavljujući kao lični statusi, izjave ili pogrdni komentari. Ovaj format je tipičan za direktnu političku komunikaciju i emotivno izražavanje, često se koristi za iznošenje kritika, optužbi ili širenje jezika razdora na račun suparnika.

Sa druge strane, video zapisi sa negativnim sadržajem čine do 10% slučajeva, dok priče ili video snimci čine samo 2%.

Ovaj niži udeo je verovatno posledica većeg tehničkog napora potrebnog za proizvodnju video sadržaja, kao i efemerne i kratkotrajne prirode ovih formata, što čini da se ređe koriste za agresivne ili klevetničke političke poruke.

U rezimeu, nalazi ukazuju na to da vizuelni formati - posebno objave sa fotografijama - ostaju primarno sredstvo za širenje negativnog sadržaja i mržnje onlajn, što naglašava značajnu ulogu slika u oblikovanju političkih narativa na društvenim mrežama.

Političke stranke i kandidati

Kodeks ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora na Kosovu navodi jasna očekivanja kada je reč o političkim strankama i kandidatima, zahtevajući da njihova onlajn komunikacija bude iskrena, transparentna i zasnovana na etičkim principima. Iste su se zavetovale da će koristiti samo zvanične naloge, poštovati izborne zakone i suzdržati se od pogrdnog načina izražavanja, širenja dezinformacija ili objavljivanja sadržaja koji podstiče mržnju ili podele.

Kodeks je takođe pozvao na transparentnost u plaćenom oglašavanju i otkrivanje digitalne potrošnje, kao i na promociju konstruktivnih kampanja koje poštuju rodnu ravnopravnost i učešće marginalizovanih grupa. Ovi principi su doneti kako bi se zaštitio integritet izbornog procesa i obezbedilo postojanje pravične i ravnopravne političke konkurencije.

Primena ovih standarda može pomoći u negovanju mirnijeg i odgovornijeg okruženja za kampanju, u kojem politički akteri konkurišu jedan drugom različitim političkim prioritetima i programskim opcijama. Sa druge strane, takav pristup podržava zdraviju demokratsku kulturu i može doprineti jačanju poverenja građana u izborni proces.

Studije slučaja predstavljene u nastavku usredsređuju se na VV, AAK i PDK pošto su ove stranke zabeležile najveći promet relevantnih podataka u periodu praćenja. Iste su bile među najaktivnijim političkim akterima onlajn, proizvodile su značajan procenat objava sa povećanim angažovanjem i bile su glavni predmet komentara korisnika u kojima su i otkrivene povrede ovih pravila.

Pokret Samoopredeljenje!

Kao što je ranije predstavljeno u izveštaju, naši posmatrači su identifikovali 88 prekršaja koje je počinio LVV u 14 praćenih opština tokom perioda koji je prethodio kampanji i prvog kruga lokalnih izbora 2025. godine.

Prekršaji su zabeleženi u osam opština, a najveći broj u Prizrenu (48) i Prištini (22). Demokratska partija Kosova (PDK) bila je glavna meta negativnog sadržaja VV, sa 22 negativne objave, a za njom su usledili politički analitičari sa 22 objave i Demokratski savez Kosova (LDK) sa 14 objava.

Kandidati VV su često koristili pogrdan način izražavanja, prikazujući svoje oponente kao izdajnike ili zastupnike stranih interesa (Srbije, Rusije) i optužujući ih za korupciju, krađu i veze sa mrežama oligarha. Javno su ismevali i ponižavali rivale koristeći uvredljive epitete i dehumanizujuća poređenja, često ih nazivajući „propalicama“, „lopovima“ ili „kopiladima“ i opisujući ih kao nemoralne i nesposobne.

Objave LVV-a su takođe sadržale insinucije o kriminalnoj organizaciji i klijentelističkoj kontroli opština, optužbe za zloupotrebu javne imovine i medijske manipulacije, kao i indirektno pozive na političko isključivanje određenih ličnosti. Jezik je često bio mešovito sastava sa ironičnim humorom, mimovima i ponižavajućim opisima usmerenim na to da diskredituju suparnike lično i izazovu lavinu emocionalnih reakcija među pratiocima.

Jedan primer je objava kandidata stranke VV za Skupštinu opštine Priština, koja je sadržala pogrdan način izražavanja prema medijima, posebno Klan Kosova i novinaru koji je razgovarao sa premijerom. U objavi su mediji optuženi za licemerje, odsustvo etike i veze sa oligarsima, a pitanje novinara je opisano kao „nizak lični napad na maloletnika“. Kandidat se izražavao sa puno emotivnog naboja i agresivno, sa uvredljivim izrazima poput „sram te bilo, proklet bio“ i „prestani, praviš budalu od sebe“, prelazeći sa kritike profesionalnog ponašanja na ličnu uvredu.

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

Ovaj sadržaj jasno krši odredbe Kodeksa ponašanja kojima se zabranjuje podsticanje, uvredljiv i pogrdan način izražavanja, kao i lični napadi na

novinare i medije. Iako je sve krenulo kao komentar o novinarskoj etici, ton objave je eskalirao u direktan napad, doprinoseći polarizaciji javnosti i podrivajući duh poštovanja tokom debate koju Kodeks nastoji da promoviše za vreme predizborne kampanje.

U dve objave kandidata pokreta Samoopredeljenje (VV) za Skupštinu opštine Prizren, jasno pogrdan sadržaj usmeren je ka Demokratskoj partiji Kosova (PDK) i njenim javnim ličnostima.



Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine



U prvoj objavi, kandidat se ironično poziva na Edith Durham, prilagođavajući sve aktuelnom političkom kontekstu frazom: „U PDK-u je najveći ponos krasti!“ Ova izjava implicira kolektivnu optužbu za korupciju i kriminal protiv stranke i njenih članova, prikazujući krađu kao vrednost koja definiše Demokratsku partiju Kosova (PDK). Ovakav način izražavanja nosi elemente prezira i huškačke retorike, oblikujući negativnu javnu percepciju političkih suparnika.

U drugoj objavi, kandidat etiketira PDK kao „stranku kriminala“ i optužuje je da je pod nadzorom, tvrdeći da „NATO ima sve telefonske snimke PDK bande za poslednje dve decenije.“ Objava povezuje ličnosti iz PDK sa krivičnim delima i osnivanjem Specijalnog suda, iznoseći ozbiljne i nepotkrepljene tvrdnje koje krše načela Kodeksa ponašanja za odgovornu komunikaciju na društvenim mrežama – posebno zabranu klevete, pogrdnog i diskreditujućeg načina izražavanja prema političkim rivalima.



Obe objave predstavljaju personalizovane političke napade bez činjeničnog osnova, sa namerom da naruše ugled rivalske stranke kroz

govor mržnje i kriminalne insinuacije, time doprinoseći polarizaciji javne debate tokom predizborne kampanje.



U drugoj objavi, kandidat Samoopredeljenja za predsednika opštine Prizren osvrnuo se na pitanje od javnog interesa – dug opštine od 57 miliona evra – ali ga je okarakterisao kao „zelenaštvo“, izraz koji u svakodnevnom izražavanju podrazumeva nezakonitu ili kriminalnu aktivnost (pozajmljivanje novca po prekomerno visokim kamatnim stopama mimo pravnog sistema). Ovakav izbor reči prelazi granice legitimne političke debate, pretvarajući finansijsku kritiku u neosnovanu krivičnu optužbu.

Dakle, objava sadrži pogrdne i obmanjujuće elemente, pošto pripisuje nezakonito ponašanje

suparniku, bez ikakve institucionalne ili činjenične osnove. Ovo predstavlja kršenje Kodeksa ponašanja, koji zabranjuje upotrebu jezika koji sadrži „klevetu, ponižava ili narušava ugled političkih suparnika“.

Stoga, iako pitanje opštinskog duga može činiti legitimnu temu za javnu diskusiju, njegovo označavanje kao „zelenaštva“ predstavlja zloupotrebu jezika i manipulaciju javnom percepcijom, doprinoseći širenju lažnih narativa i narušavanju etičkih standarda komunikacije tokom kampanje.

Demokratska partija Kosova

Demokratska partija Kosova (PDK) je počinila 22 prekršaja tokom perioda praćenja, od kojih se većina dogodila u Gnjilanu (12 slučajeva) i Prizrenu

(3 slučaja). Glavna meta negativnog sadržaja PDK bio je Pokret Samoopredeljenje (VV), sa 12 objava koje su sadržale negativne poruke.

Retorika koju su kandidati PDK koristili u ovim objavama bila je obeležena konfrontacionim, pogrđnim i polarizujućim načinom izražavanja, usmerenim na ličnu i moralnu diskreditaciju političkih suparnika - prvenstveno političkih suparnika iz pokreta Samoopredeljenje. Negativne objave su često sadržale uvredljive i ponižavajuće etikete poput „lažov“, „kriminalac“, „banda lažova“ ili „kučkini sinovi“, što je prešlo u vulgaran i uvredljiv način izražavanja. Suparnici su prikazivani kao antinacionalni, izdajnički nastrojeni i neprijatelji OVK, često su povezivani sa Srpskom listom ili „podzemljem“, dok je PDK nastupao kao branilac patriotskih i državotvornih vrednosti.

Ova retorika je imala za cilj da izazove strah, prezir i emocionalnu mobilizaciju, ali je istovremeno predstavljala povredu Kodeksa ponašanja zbog upotrebe pogrđnog načina izražavanja, klevete i podsticanja političke polarizacije u javnoj sferi.

Jedan primer uključuje kandidata PDK za predsednika opštine Gnjilane, koji je koristio optužbe i pogrđno se izražavao na račun kandidata Albana Hysenija, prikazujući ga kao umešanog u „mračne dogovore“ sa Srpskom listom i optužujući ga za „političku izdaju“ i „kupovinu glasova javnim novcem“. Iako se objava bavila pitanjima od javnog interesa – kao što su politička imenovanja ili korišćenje opštinskih sredstava – ton je prešao sa institucionalne kritike na krivične optužbe i političku stigmatizaciju, sa ciljem zastrašivanja i moralne diskreditacije suparnika.



Ovakav način izražavanja predstavlja jasno kršenje Kodeksa ponašanja, jer podstiče podele i podriva integritet javne debate tokom predizborne kampanje.

Alijansa za budućnost Kosova

Alijansa za budućnost Kosova (AAK) počinila je sedam slučajeva objavljivanja negativnog sadržaja na društvenim mrežama, od kojih je pet identifikovano u Prištini. Retorika koju su koristili kandidati i pristalice AAK u objavama sa negativnim sadržajem bila je obeležena uvredljivim, i isključivim načinom izražavanja, koje često prelazi granice političke debate i zadire u delokrug uvreda na ličnoj i etničkoj osnovi.

Politički suparnici su opisivani ponižavajućim epitetima kao što su „razmaženo derište“, „jadna budala“, „lopov“, „propalica“ i „obmanjujući političar“. U nekim slučajevima, objave su sadržale diskriminatorne i rasističke izraze, poput fraze „sa Albinom, Aškalijom, ne Ciganinom“.

Objave su nosile podsmeh i podrugljive tonove, često praćene mimovima koji su trivijalno prikazivali političke ličnosti i nastojali da dovedu do podsmeha i javnog prezira prema njima.

Takav način izražavanja krši osnovne principe Kodeksa ponašanja, jer podstiče mržnju, predrasude i podele, pomerajući javni diskurs sa debate zasnovane na politici ka ličnim uvredama i upotrebi diskriminatornog načina izražavanja na račun etničkih grupa.

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

Comments
64,308

Hate Speech
1,903

Hate Speech %
3%

Search:

Competitors	Hate Speech Comments	Hate Speech %	Comments	Social Posts
 Përparim Rama Përparim Rama (639/7395), IndeksOnline (68/404), Vrojtuesit e lagjes - Prishtinë...	823	9	8,729	151
 Faton Peci Nacionale.com (91/211), Faton Peci (31/1143), GazetaBlic (17/68), Gazeta...	202	9	2,139	46
 Uran Ismaili Uran Ismaili (131/2479), IndeksOnline (6/30), Ardian Kastrati (3/60), NjeLajm.co...	141	5	2,600	80
 Alban Hyseni Alban Hyseni (47/2321), Albin Kurti (11/130), GazetaBlic (10/36), Gjithçka Nga Gjilani...	94	3	2,789	193
 Sami Lushtaku Sami Lushtaku (67/1581), Komuna Skenderaj (4/107)	71	4	1,69	9
 Shpejtim Bulliqi Albin Kurti (35/274), Shpejtim Bulliqi (12/1597), Llapianet (10/107), Lëvizja...	66	3	2,215	42
 Hajrulla Çeku Hajrulla Çeku (39/1032), IndeksOnline (8/32), Lëvizja VETËVENDOSJEI (5/85),...	5	4	1,36	66
 Agim Aliu Agim Aliu (36/1252), FerizaPress (12/82)	4	3	1,44	27
 Ardian Gjini Ardian Gjini (21/1272), NjeLajm.com (9/76), IndeksOnline (4/37), Besim Dina (4/36),...	4	3	1,53	42
 Artan Abrashi Artan Abrashi (20/682), IndeksOnline (6/28), RTV21 (6/22), Gazeta Express...	4	5	90	47

Govor mržnje na društvenim mrežama

Praćenjem društvenih medija korišćenjem platforme Pikasa, analizirano je ukupno 64,308 komentara objavljenih na profilima kandidata za predsednike opština i u medijima koji su delili sadržaj vezan za njih. Od ovog velikog broja interakcija, 1,903 komentara su identifikovana kao komentari koji sadrže govor mržnje, što čini oko 3% ukupnog broja.

Ovaj procenat ukazuje na konstantno prisustvo negativnog i uvredljivog diskursa u onlajn prostorima tokom predizborne kampanje, potvrđujući da su društvene mreže postale polarizovana arena za lokalnu političku debatu.

Među propraćenim kandidatima, najčešća meta govora mržnje bio je kandidat LDK za Opštinu Priština, Përparim Rama, koji je dobio 823 pogrдна komentara od ukupno 8,729 analiziranih. U procentualnom smislu, to znači da je 9% komentara upućenih njemu na račun sadržalo elemente govora mržnje – najveći procenat među svim propraćenim kandidatima. Sličan procenat je zabeležen i kod kandidata VV za Opštinu Južna Mitrovica, Fatona Pecija, sa 202 uvredljiva komentara od ukupno 2,139, što takođe čini oko 9%.

Ovako visok nivo negativnog diskursa povezan je ne samo sa javnim profilom ovih kandidata i sa njihovim učešćem u izbornim trkama visokog profila – kao što su one u Prištini i Južnoj Mitrovici – već i sa dubokim stranačkim podelama koje karakterišu političku debatu u zemlji.

Kandidat PDK za Prištinu, Uran Ismaili, suočio se sa 141 komentarom koji je sadržao govor mržnje, što predstavlja 5% svih komentara upućenih njemu. Iako su apsolutni broj i procenat niži od onih upućenih Rami ili Peciju, broj je značajan pošto predstavlja odraz duboke polarizacije na izborima u prestonici.

U slučaju kandidata VV u Gnjilanu, Albana Hysenija, identifikovano je 94 uvredljiva komentara od ukupno 2,789, što čini oko 3%. Iako je obim negativnog diskursa bio komparativno manji, ostao je značajan. Takođe je relevantno da je Hyseni bio i aktuelni predsednik i na kraju pobednik izbora, što su faktori koji su mogli doprineti stabilnijem ili manje polarizovanom onlajn okruženju oko njegove kampanje.

U Opštini Srbica, kandidat stranke PDK, Sami Lushtaku, dobio je 71 komentar govora mržnje od ukupno 1,679, ili 4%, što može biti povezano sa njegovim političkim ugledom i čestim javnim debatama o njegovoj prošlosti.

Podaci pokazuju da su kandidati sa većom medijskom izloženošću i oni koji se kandiduju u opštinama od velikog javnog interesa skloniji da budu meta govora mržnje. Negativni diskurs je prevashodno političke prirode, i uključuje optužbe, ismevanje i lično omalovažavanje, dok je etnički ili rodno zasnovan sadržaj ređi kod muških kandidata.

Stranačka polarizacija se pojavljuje kao glavni pokretač komentara govora mržnje, sa izraženim razlikama između kandidata iz glavnih

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

političkih stranaka. Generalno, praćenje pokazuje da govor mržnje u predizbornim kampanjama nije nasumično raspoređen, već prati jasne političke linije i često se koristi kao instrument da se podrije kredibilitet suparnika.

Competitors	Hate Speech Comments	Hate Speech %	Comments	Social Posts
 Lëvizja Vetëvendosje Lëvizja VETËVENDOSJE (633/6165), Albin Kurti (540/6907), Glauk Konjufca...	2,563	8	32,875	1,290
 Partia Demokratike e Kosovës Mefail Bajqinovci (511/1590), Qyteti i Mitrovicës (111/657), IndeksOnline (86/323...	1,633	6	28,879	1,122
 Srpska lista Bahri Cani (132/987), Specbuk (119/569), Kosovo Online (111/319), IndeksOnline...	1,338	20	6,734	203
 Lidhja Demokratike e Kosovës Xhevdet Pozhari (177/954), Jeta n'Podujevë (101/1108), Llapianet (73/655), Visar Azemi...	1,099	3	35,345	1,420
 Aleanca për Ardhmërinë e Kosovës Ardian Gola (39/198), Labinot Tahiri (30/314), Deçani (29/212), Natyra Kuçi...	400	4	9,024	326
 Lista Guxo Partia GUXO (143/1995), Qyteti i Mitrovicës (3/64), Donika Gërvalla (1/64)...	14	7	2,145	175
 NISMA Socialdemokrate Gazeta Express (40/161), Sinjali (20/77), Paparaci (11/34), IndeksOnline (10/58)...	1	12	455	89
 Aleanca Kosova e Re Behgjet Pacolli (27/266), Qyteti i Mitrovicës (1/41)	1	7	179	16
 Partia Social Demokratike Universal (15/253), Lëvizja Vetëvendosje Dardané (3/42), Deçani Info (2/54)	10	6	1,547	17
 Serbian Democracy Srpska Demokratija (9/381)		2	347	160

Analizom sadržaja koji je postavljen na društvenim mrežama putem platforme Pikasa, koja obuhvata preko 150,000 interakcija vezanih za političke stranke i njihove kandidate tokom kampanje za lokalne izbore, primećen je značajan nivo govora mržnje i agresivnog političkog diskursa.

Ukupno je identifikovano oko 9,400 komentara sa pogrđnim ili uvredljivim sadržajem u objavama usmerenim na glavne političke stranke, što predstavlja oko 6-7% svih analiziranih komentara. Ove brojeke oslikavaju stepen u kojem su stranke bile mete takvog načina izražavanja, a ne njegove izvore.

U začetku ove liste prenjači LVV, koji je bio meta 2,563 komentara govora mržnje od ukupno 32,875, što čini 8% svih komentara. Ovako visok nivo negativnog diskursa može biti povezan sa snažnim onlajn prisustvom stranke, koje proizilazi iz njene institucionalne dominacije i aktivnog angažovanja njenih vodećih ličnosti. Samoopredeljenje je istovremeno najpraćenija i najkomentarisana stranka u digitalnom prostoru, ali i ona koja nosi najveću polarizaciju, pošto jak aktivizam među njenim pristalicama često predstavlja okidač za oštre reakcije političkih suparnika.

Demokratska partija Kosova (PDK) zauzima drugo mesto, sa 1,633 komentara govora mržnje od ukupno 28,879, odnosno 6%.

Na trećem mestu je Srpska lista (SL), koja je bila meta 1,338 komentara govora mržnje od ukupno 6,734, što predstavlja 20% – najveći procenat među svim analiziranim strankama. Ovaj izuzetno visok nivo uvredljivih komentara je po svemu sudeći povezan sa političkim tenzijama i etničkim podelama, posebno u objavama koje se tiču severa Kosova i odnosa između zajednica. Govor mržnje uperen ka Srpskoj listi često sadrži etničke elemente i predstavlja primer polarizacije u digitalnom javnom diskursu.

Demokratski savez Kosova (LDK) bio je meta 1,099 komentara govora mržnje od ukupno 35,345, odnosno 3%. Stranka ima tendenciju da izbegava direktnu konfrontaciju sa političkim suparnicima. Ovaj uzdržaniji stil komunikacije može smanjiti nivo polarizujućih reakcija i, posledično, obim neprijateljskih ili agresivnih komentara upućenih ovoj stranci.

Alijansa za budućnost Kosova (AAK) bila je meta 400 komentara govora mržnje od ukupno 9,024 (oko 4%), dok je lista Guxo (Usudi se) imala ukupno 2,180 komentara, od kojih je 7% sadržalo uvredljiv sadržaj. Ovi podaci pokazuju da se manje stranke, iako manje izložene, suočavaju sa uporedivim nivoom negativnog diskursa u odnosu na njihov celokupni angažman.

Generalno, govor mržnje usmeren ka političkim strankama na društvenim mrežama zapravo predstavlja odraz dubokih političkih i društvenih podela unutar zemlje. Negativni diskurs je prevashodno usmeren na veće i uticajnije stranke i na teme vezane za politički, etnički ili institucionalni identitet. Iako je u većini slučajeva govor mržnje političke prirode, a ne diskriminatorne po osnovu pola ili etničke pripadnosti, sve agresivniji ton u

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

digitalnim prostorima tokom izbornih perioda i dalje predstavlja razlog za ozbiljnu zabrinutost.



Period nakon izbora

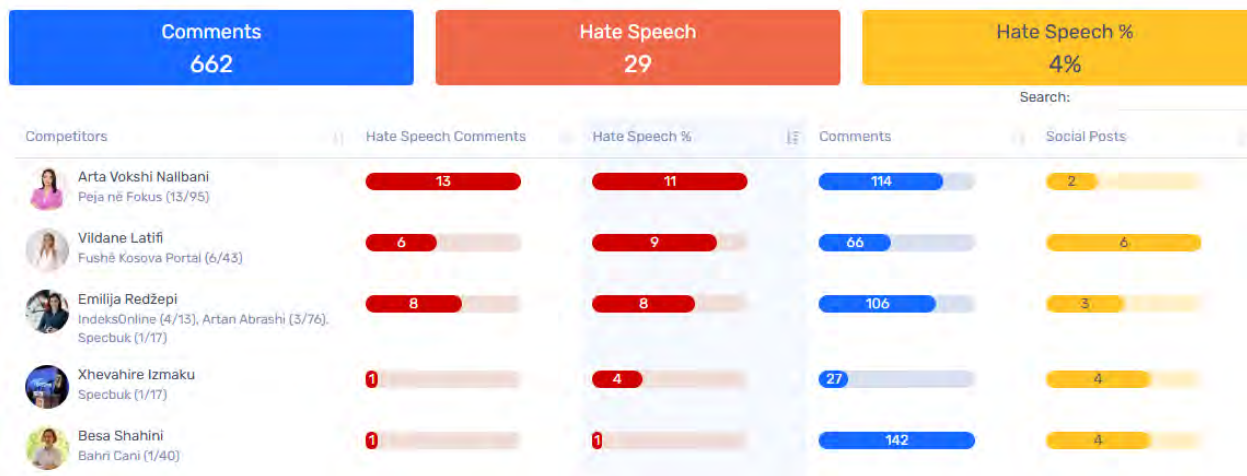
Na osnovu praćenja koje je obavila kompanija Pikasa Analytics, period nakon izbora od 13. do 26. oktobra 2025. godine ostao je veoma kontroverzan onlajn, sa značajnim brojem komentara koji su sadržali govor mržnje i pogrdan način izražavanja, čak i nakon dana izbora. U izbornim trkama za predsednika opštine, na stranicama stranaka i u medijskom sadržaju, platforma je zabeležila na desetine hiljada komentara, omogućavajući detaljniji osvrt na to gde je neprijateljstvo najviše bilo

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

usmereno i koji akteri i teme su privlačili reakcije obeležene najvećom polarizacijom.

Kada je reč o kandidatima za predsednika opštine, Pikasa je zabeležila ukupno 75,032 komentara, od kojih je 4,424 označeno kao govor mržnje, odnosno oko 6%. Ovo ukazuje da je svaki šesnaesti komentar na sadržaj koji se odnosio na vodeće kandidate za predsednike opština, sadržao uvredljiv, preteći ili dehumanizujući govor. Raspodela je bila neravnomerna među kandidatima. Faton Peci i Përparim Rama su dobili najveći apsolutni broj komentara mržnje (više od 1,200 odnosno 800), a za njima slede Arian Tahiri sa više od 500. Drugi kandidati kao što su Ramiz Lladrovci, Gazmend Muhaxheri, Hajrulla Çeku, Sami Lushtaku, Shpejtim Bulliqi, Sylejman Mehulli i Xhafer Tahiri zabeležili su niže, ali i dalje značajne brojeve, obično visoke dvocifrene ili niske trocifrene brojke. Iako su procenti varirali u rasponu od približno 4% i 13%, opšti obrazac pokazuje da su najvidljiviji kandidati u opštinama sa tesnom konkurencijom ostali žarišta onlajn neprijateljstva čak i nakon što su birači glasali.

Poseban osvrt na kandidatkinje za mesto predsednika opštine otkriva kako kontinuitet tako i razliku. U ovom podskupu, Pikasa je identifikovala 662 komentara, od kojih je 29 klasifikovano kao govor mržnje, što je ekvivalentno 4%. Obim je dosta manji i kada je reč o izbornim trkama u kojima dominiraju muškarci, što oslikava ograničen broj kandidatkinja, međutim stopa abuzivnog sadržaja i dalje ostaje visoka. Arta Vokshi Nallbani je sama činila skoro polovinu svih komentara govora mržnje u

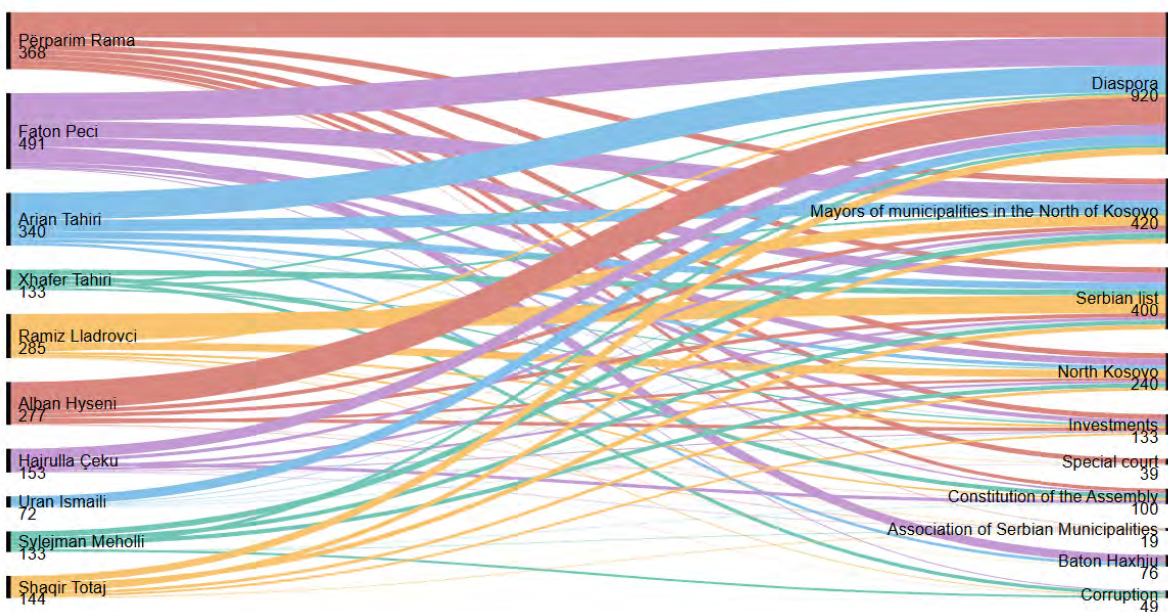


Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

ovom uzorku (13 slučajeva, ili 11% od 114 komentara o njoj). Vildane Latifi i Emilija Redžepi su se takođe suočile sa značajnim nivoom neprijateljstva, sa 6 odnosno 8 komentara govora mržnje, što čini 9% i 8% svih komentara u kojima su pomenute. Druge javne ličnosti, poput Xhevahire Izmaku i Bese Shahini, privukle su manje incidenata. Međutim, prisustvo govora mržnje u svim profilima potvrđuje da žene koje učestvuju u postizbornim debatama - bilo kao kandidatkinje, nekadašnje zvaničnice ili komentatorke - ostaju izložene rodno motivisanim i personalizovanim napadima.

Vizuelni prikaz tema za isti period pomaže da se objasni zašto su određeni akteri privlačili više agresije od drugih. Članci i objave u kojima se pominju ključni kandidati za predsednika opštine – kao što su Përparim Rama, Faton Peci, Arian Tahiri, Xhafer Tahiri, Ramiz Lladrovci, Alban Hyseni, Hajrulla Çeku, Uran Ismaili, Sylejman Meholfi i Shaqir Totaj – bili su u velikoj meri povezani sa temama oko kojih postoji velika polarizacija. Najveći tok sadržaja bio je vezan za dijasporu, sa 920 stavki, nakon čega su sledile debate o predsednicima opština na severu Kosova (420), Srpskoj listi (400) i „Severnom Kosovu“ u širem smislu (240). Ostale teme koje su se provlačile u kontinuitetu uključivale su investicije, Ustav Skupštine, Zajednicu srpskih opština, Specijalni sud, optužbe za korupciju i medijske ličnosti visokog

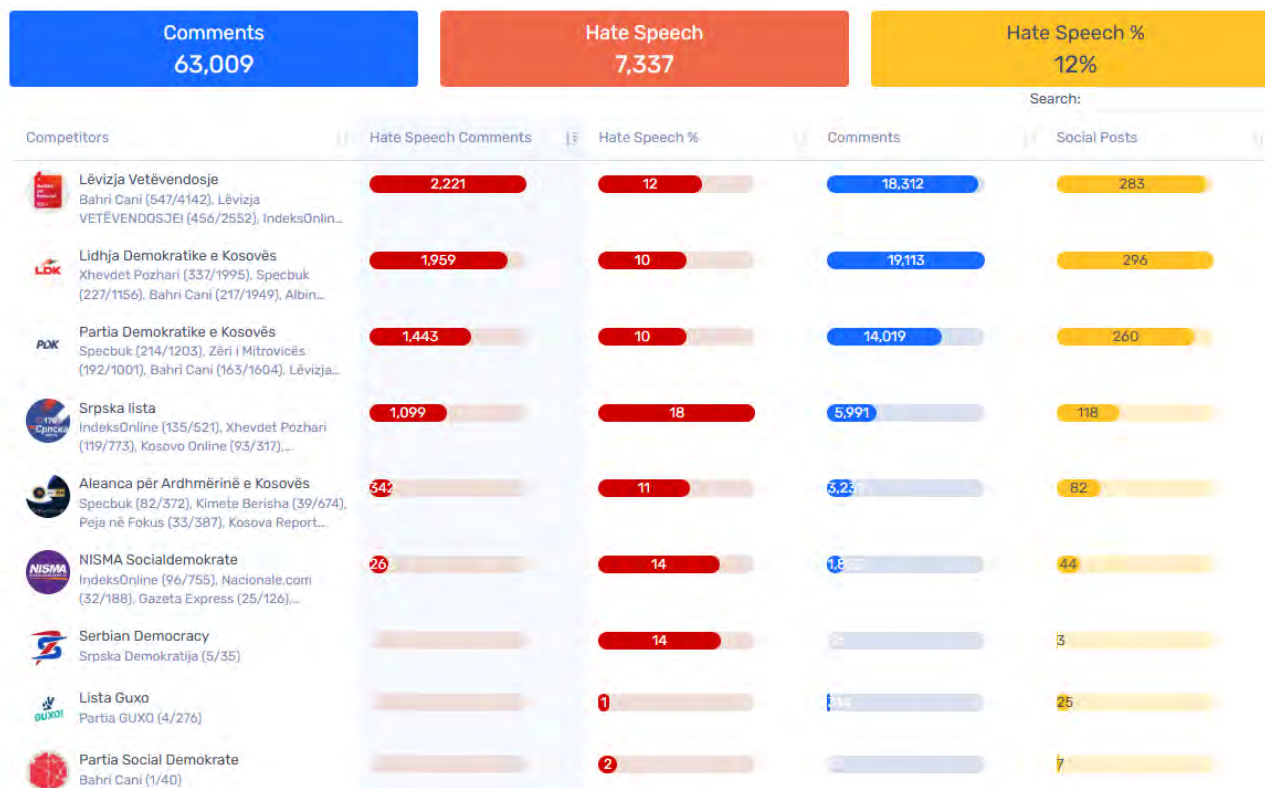
Topics Distribution (Articles and Posts) ⓘ



Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

profila poput Batona Haxhiua. Ovakva konfiguracija pokazuje da su izborne trke na lokalnu i dalje oblikovane nacionalnim i geopolitičkim pitanjima, posebno situacijom na severu i odnosima sa Srbijom, za koje se zna da generišu intenzivne emotivne reakcije i, često, govor mržnje.

Kada se pažnja preusmeri sa pojedinaca na političke stranke, nivo onlajn neprijateljstva postaje još veći. Što se tiče sadržaja vezanog za stranke, Pikasa je zabeležila 63,009 komentara u periodu nakon izbora, od kojih je 7,337 identifikovano kao govor mržnje, što predstavlja 12% – dvostruko više nego kod kandidata za predsednike opština. Ovo sugerise da stranke kao kolektivni subjekti privlače agresivniji diskurs nego pojedinačni kandidati, verovatno zato što simbolizuju šire političke identitete i dugogodišnja stranačka rivalstva. Samoopredeljenje je dobilo najveći apsolutni broj



komentara mržnje (2.221, ili oko 12% od više od 18,000 komentara), a odmah za njim slede Demokratski savez Kosova (1,959; 10%) i Demokratska partija Kosova (1,443; 10%). Srpska lista se ističe sa 1,099 komentara govora

mržnje od približno 5,991, što je procenjena stopa od 18%, što naglašava kako su diskusije vezane za političku zastupljenost Srba i sever Kosova posebno sklone polarizovanom diskursu. Manje stranke poput AAK i NISMA takođe su zabeležile veći procenat (oko 11–14%), dok su se noviji ili manje istaknuti akteri poput Liste Guxo, Srpske demokratije i Socijaldemokratske partije pojavili sa dosta manjim obimom i marginalnim brojem prekršaja.

U globalu, podaci Pikase za period od 13. do 26. oktobra 2025. godine pokazuju da kraj formalne kampanje nije sa sobom doneo kraj polarizovane i abuzivne onlajn političke komunikacije. Umesto toga, period nakon izbora je ostao obeležen intenzivnim debatama o glasanju dijaspore, legitimitetu i ulozi predsednika opština na severu, Srpskoj listi i pitanjima korupcije i institucionalnog legitimiteta. Kandidati za predsednike opština su i dalje bili meta, pri čemu se nekoliko njih suočilo sa na hiljade komentara i na stotine poruka mržnje, dok su žene kao kandidatkinje i političke ličnosti doživele manji, ali i dalje zabrinjavajući broj neprijateljskih reakcija. Istovremeno, usmereni ka strankama su nosili veću verovatnoću da sadrže govor mržnje, posebno kada se radilo o pokretu Samoopredeljenje, PDK, LDK ili Srpskoj listi.

Ovi obrasci potvrđuju da društvene mreže na Kosovu funkcionišu kao produžetak izborne trke i dosta vremena nakon samog dana izbora, sa upornim talasima neprijateljstva koji mogu uticati i na bezbednost pojedinačnih aktera i na širi kvalitet demokratskog diskursa. Praćenje koje je obavila Pikasa u ovom periodu daje presudnu sliku kako se tenzije nakon izbora, nerešena politička pitanja i podele zasnovane na identitetu nastavljaju i dalje u digitalnoj sferi.

Prijavljeni prekršaji na rodnoj osnovi

Rodno zasnovani napadi u objavama u sklopu kampanje okarakterisani su uvredama, omalovažavanjem i stereotipima na račun žena u politici – često ih prikazujući kroz njihove društvene uloge ili izgled, a ne kroz njihove ideje ili politički učinak. Izrazi poput „zla žena“ ili „podla osoba“, zajedno sa pogrđnim opaskama poput „drži se ti svojih stilista, dizajnera i frizera“, korišćeni su da bi se žene prikazale kao površne ili nepodobne za javnu odgovornost.

U nekoliko slučajeva, način izražavanja je degradirao u eksplicitne uvrede i seksističke ili verske insinuacije, uključujući fraze poput „bez burke“, „nindža“ ili aluzije na „obmanu“ i „saradnju sa teroristima“. Ove objave su imale za cilj da moralno i lično diskredituju žene u politici, jačajući rodne stereotipe i jasno kršeći načela Kodeksa ponašanja, koji zabranjuju diskriminatorski, seksistički način izražavanja i podsticanje rodno zasnovane mržnje.



Komentari upućeni Mimozi Kusari-Lila u drugoj objavi sadrže grub, uvredljiv i eksplicitno rodno obojen i ponižavajući način izražavanja, koji daleko prevazilazi svaku prihvatljivu granicu javnog diskursa. Uvrede tipa „ti, ogavna ženo“, „stvorenje“, „sramoto“, „đubre“ i „Radoičićeva

ljubavnica" sadrže ponižavajuće i seksualizovane konotacije, sa namerom da je degradiraju kao ženu i prikažu je kao bezvrednu i sramotnu u očima javnosti.

Ovi komentari ne sadrže elemente političke ili ideološke debate – ispunjeni su isključivo ličnom mržnjom i rodnim predrasudama, povezujući ženu u politici sa etiketama morala, seksualnosti i nacionalne izdaje. Izrazima poput „sramoto“ i „Radoičićeva ljubavnica“, napad dobija i političke i etničke prizvuke, prikazujući je kao moralno i nacionalno „okaljano“.



Takav način izražavanja predstavlja tešku povredu Kodeksa ponašanja i standarda javne komunikacije, jer ne samo da napada osobu na osnovu pola, već i podstiče mržnju, prezir i simboličko nasilje nad ženama u politici.

Još jedan primer rodno zasnovane mržnje i pogrdnog načina izražavanja dolazi od Zafira Berishe, kandidata Demokratske unije Prizrena za predsednika opštine Prizren, usmerenog protiv jedne žene na javnoj funkciji – predsednice Republike, Vjose Osmani.

U objavi se koristi pogrđan način izražavanja, koji je opisuje kao ženu „tog soja“ nazivajući njen izbor „najvećom uvredom po Kosovo“. Ovi izrazi prevazilaze političku kritiku, i svode se na seksističke i isključujuće

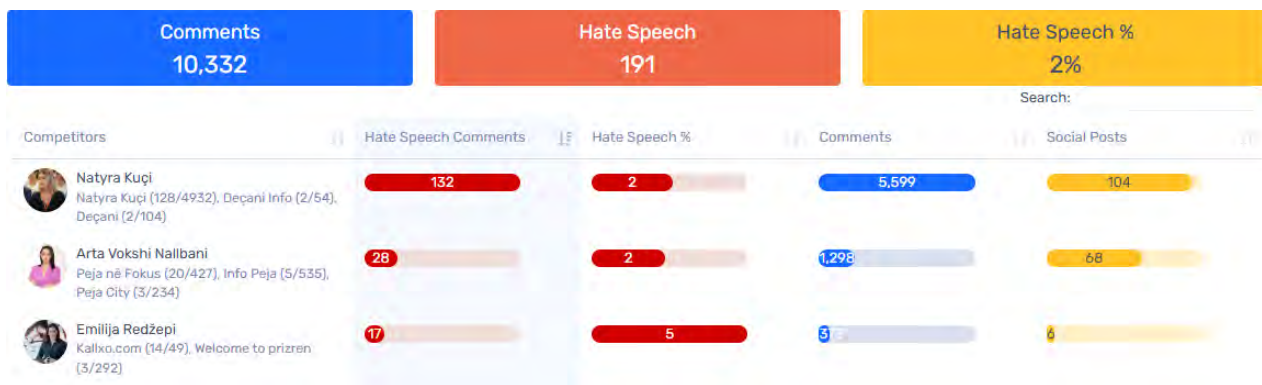
Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

komentare koji negiraju njen legitimitet kao žene na visokoj državnoj funkciji.

Berisha prikazuje predsednicu kao „saučesnicu u uništenju države“ i „lažovku“, koristeći emotivno nabijen ton koji je prikazuje kao nedostojnu, osobu koja obmanjuje i koja nije podobna da vodi. Fraza „Nginu Vjosë e Albin“ (koja otprilike znači „jel ste se zasitili Vjosa i Albine“) je puna prezira i ponižavajuća, i njena je namera da je lično i javno ponizi, daleko izvan granica legitimne političke kritike.

Ova objava predstavlja direktnu povredu Kodeksa ponašanja, koji eksplicitno zabranjuje seksistički, diskriminatorski i pogrdan način izražavanja na račun žena u politici. Ona doprinosi normalizaciji rodno zasnovanih napada i isključujućeg diskursa, podriva standarde poštovanja i rodne ravnopravnosti u predizbornim kampanjama i izmešta javnu debatu sa političkih pitanja na lične uvrede i rodne predrasude.

Slučajevi poput ovog pokazuju da onlajn rodno zasnovano verbalno nasilje ostaje jedan od najučestalijih vidova političkog napada na društvenim mrežama – koji direktno podriva ravnopravno učešće žena u javnom i političkom životu.



Praćenjem društvenih medija korišćenjem platforme Pikasa, analizirano je više od 10,000 komentara na profilima kandidatkinja na lokalnim izborima, kao i na drugim javnim profilima koji su objavljivali sadržaj vezan za njih.

Od ovog ukupnog broja komentara, 2% je eksplicitno sadržalo rodno zasnovan govor mržnje. Najčešća meta bila je kandidatkinja Natyra Kuçi (PSD, Opština Dečani), sa 132 komentara koji su sadržali pogrdan ili uvredljiv način izražavanja. Za njom sledi Arta Vokshi Nallbani (PDK, Opština Peć) sa 28 komentara i Emilija Redžepi (NDS, Opština Prizren) sa 17 slučajeva govora mržnje. Međutim, kada se napravi uporedba sa ukupnim brojem komentara na njihovim profilima, Redžepi je zabeležila najveći procenat komentara govora mržnje (5%).

Iako ukupan procenat (2%) može delovati mali, on ukazuje na stalno prisustvo pogrdnog načina izražavanja prema ženama u digitalnom prostoru, posebno tokom izbornih perioda. Podaci ne sugerisu da su kandidatkinje sistematski češće meta napada u odnosu na muškarce; umesto toga oni pokazuju da kada su žene napadnute, sadržaj tih napada često prati rodne obrasce – usredsređujući se na izgled, sagledani karakter ili dovodeći u pitanje njihovu podobnost za javni život. Ovi vidovi onlajn neprijateljstva podržavaju šire društvene stereotipe koji žene prikazuju kao manje kompetentne ili manje legitimne političke ličnosti.

Istovremeno, varijacije između pojedinačnih kandidata ukazuju na to da je izloženost oblikovana dodatnim faktorima kao što su stranačka pripadnost, medijska vidljivost i veličina političke stranke. Žene sa višim javnim profilom ili one koje se doživljavaju kao lakše mete zbog slabije političke podrške suočavaju se sa većom ranjivošću. Važno je napomenuti da priroda napada oslikava dinamiku „muškog pogleda“: o ženama se sudi na osnovu njihovog fizičkog izgleda ili ličnih osobina na način na koji se muški kandidati generalno ne procenjuju, što još više ojačava rodne barijere po njihovo puno učešće u javnom životu.

Slučaj bivše bošnjačke zamenice premijera, Emilije Redžepi, koja je dobila negativne komentare u 5% objava u kojima je pomenuta, pokazuje da nivo onlajn neprijateljstva nije nužno povezan sa slavom ili brojem pratilaca. Umesto toga, čini se da je izložen uticaju etničke ili političke pripadnosti, koja uobličuje način na koji su javne ličnosti sagledane ili kako se o njima diskutuje u onlajn prostoru.

Zaključci

Izveštaj pokazuje da su društveni mediji postali značajna arena za političku komunikaciju tokom kampanje za lokalne izbore 2025. godine i, što je važno, prostor u kome se naširoko koristi jezik razdora i ponižavanja. Umesto da se omogući suštinska debata o programima i političkim izborima, velikim delom onlajn diskursa dominirale su optužbe, uvrede, dezinformacije i lični napadi.

Prepoznato je ukupno 152 povrede Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža i drugih etičkih i pravnih standarda. Približno 70% ovih prekršaja uključivalo je neprijateljske ili pogrdne izraze, dok je ostatak obuhvatao lično zastrašivanje, klevetu i obmanjujuće tvrdnje. Velika većina prekršaja dogodila se na Fejsbuku, što oslikava njegovu središnju ulogu u političkom informisanju i angažovanju javnosti na Kosovu.

Akteri koji su najčešće povezivani sa prekršajima bili su kandidati za skupštine opština (66%), dok su politički analitičari i medijske stranice činili dodatnih 24%. Ovakva distribucija sugerise da polarizujući jezik nije ograničen samo na političare visokog profila, već ga oblikuju i drugi uticajni glasovi u javnoj sferi.

Na stranačkom nivou, Samoopredeljenje, PDK, Alternativa i AAK su najčešće bili mete prekršaja. PDK je bio najčešća meta negativnih komentara korisnika, što pokazuje da su stranke koje proizvode polarizujući sadržaj, istovremeno i učestale mete istog – što oslikava političko okruženje odmazde.

Rodno zasnovano neprijateljstvo isplivalo je kao značajna zabrinutost. Žene u politici su često bile suočene sa pogrdnim komentarima na račun njihovog izgleda, karaktera ili privatnog života, a ne na račun njihovih političkih stavova. Ovi obrasci ilustruju kako rodni stereotipi nastavljaju da oblikuju ponašanje u onlajn prostoru i predstavljaju dodatnu prepreku po ravnopravno učešće žena u javnom životu. Važno je napomenuti da su se takve reakcije razlikovale i po tonu i po suštini, od onih koje su tipično bile usmerene ka muškim političarima.

Generalno gledano, podaci su ukazali na nepoštovanje etičkih standarda i odgovornosti u onlajn komunikaciji, što je doprinelo više polarizovanom i

Praćenje Kodeksa ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora 2025. godine

neprijateljski nastrojenom informativnom okruženju tokom predizborne kampanje. Iako društvene mreže ostaju i dalje važan kanal za promociju političkog učešća i transparentnosti, rasprostranjenost ličnih napada i polarizujuće retorike podriva kvalitet javne debate i utiče na poverenje građana u političke procese. Nalazi stoga naglašavaju potrebu za većim fokusom na uticaj digitalne komunikacije po integritet izbornog procesa na Kosovu.

Prilog 1: Kodeks ponašanja za odgovorno korišćenje društvenih mreža tokom lokalnih izbora na Kosovu

Preambula

Podsećajući na međunarodne obaveze Kosova u pogledu poštovanja demokratskih normi i integriteta izbora, sadržane u Ustavu, preporuke izbornih posmatračkih misija Evropske unije aktivnih tokom predašnjih izbornih ciklusa, Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju (SSP), Kodeks ponašanja CIK-a za političke subjekte, njihove pristalice i kandidate, kao i obaveze Kosova u okviru procesa evropskih integracija;

Uvažavajući važnu ulogu društvenih mreža u oblikovanju javnog mnjenja tokom izbora na Kosovu, potrebu za negovanjem onlajn okruženja koje podstiče očuvanje integriteta, transparentnosti i pravičnosti izbora, omogućavajući svim građanima da donesu dobro informisane odluke u duhu mira, tolerancije i poštovanja vladavine prava,

Potvrđujući našu posvećenost punoj primeni izbornih zakona i pravila, demokratskih standarda, političke etike, nediskriminacije, zaštite privatnosti podataka i pristupa proverljivim i nepristrasnim informacijama tokom celokupnog izbornog procesa,

Prepoznajući važnost provere činjenica i pružanja profesionalnih, tačnih i objektivnih informacija; uz istovremeno poštovanje Etičkog kodeksa Saveta za štampu Kosova, poštujući zakone i podzakonske akte Nezavisne komisije za medije i pridržavajući se međunarodno prihvaćenih standarda i najboljih praksi u novinarstvu.

Prepoznajući značaj sprečavanja dezinformacija, govora mržnje i manipulativnog sadržaja na društvenim mrežama i onlajn medijima, kao i izgradnje poverenja građana u demokratske procese kroz etičko i profesionalno angažovanje, uz suzbijanje onlajn nasilja i štetnih stereotipa koji nesrazmerno pogađaju kandidate i aktiviste iz marginalizovanih grupa,

Uvažavajući Deklaraciju o borbi protiv nasilja nad ženama u politici i javnom životu kao značajan neobavezujući instrument kojim se potvrđuje politika nulte tolerancije prema nasilju ili zastrašivanju žena u politici, naglašavajući hitnu potrebu za sprečavanjem i odgovorom na sve oblike nasilja i uznemiravanja žena koje učestvuju u političkom i javnom životu, uključujući i u onlajn prostoru,

Mi, dole potpisane političke partije, mediji i organizacije civilnog društva, se obavezujemo na sledeće:

I. Političke partije i kandidati

Korišćenje zvaničnih komunikacionih kanala

- Koristiti isključivo zvanične i verifikovane naloge partija, kandidata i kampanja za političku komunikaciju.
- Suzdržati se od korišćenja anonimnih, lažnih ili lažno predstavljajućih naloga radi širenja političkog sadržaja ili napada na protivnike.

Obezbeđivanje transparentnosti plaćenog oglašavanja

- Jasno označiti sve plaćene oglase na društvenim mrežama, uperenim ka političkoj transparentnosti i odgovornosti, radi smanjenja nesklada između prijavljenih rashoda i stvarne potrošnje.
- Objaviti troškove svih digitalnih oglasa, uključujući sponzorisanu sadržaj, partnerstva sa „influenserima“ i usluge trećih strana.
- Koristiti alate za transparentnost oglašavanja koje obezbeđuju platforme (npr. Meta Ad Library, TikTok Ads Library, Google Ads Transparency Center) kako bi se povećala vidljivost i poverenje javnosti, u skladu sa obavezama koje Zakon o digitalnim uslugama (DSA) nameće velikim platformama koje posluju u EU.

Kreiranje i deljenje tačnih i proverenih informacija

- Proveriti autentičnost i tačnost informacija pre objavljivanja ili širenja, uključujući jaču saradnju sa sertifikovanim proveravačima činjenica.

- Blagovremeno ispraviti svaku lažnu ili obmanjujuću informaciju, bez obzira na to da li je podeljena namerno ili slučajno.
- Biračima obezbediti tačne i transparentne informacije o izbornom procesu kako bi donosili informisane odluke.

Poštovanje izbornih zakona i etičkih standarda

- Poštovati izborni pravni okvir Kosova, Kodeks ponašanja za političke subjekte i sve druge relevantne propise koji uređuju ponašanje tokom kampanje, u i van onlajn prostora.

Podsticanje konstruktivne i inkluzivne kampanje

- Podsticati konstruktivnu debatu i izbegavati lične napade i neutemeljene optužbe.
- Promovisati poštovanje i jednakost u svim komunikacionim i kampanjskim aktivnostima.
- Obezbediti da žene i muškarci, kao i marginalizovane osobe, mogu ravnopravno i bezbedno učestvovati u političkom životu, u i van onlajn prostora.

Sprečavanje i suzdržavanje od štetnog onlajn sadržaja

Političke partije, njihovi kandidati, pristalice i saradnici neće stvarati niti promovisati sledeće:

Dezinformacije i netačne informacije

- Lažne informacije ili manipulativni sadržaj sa namerom da dovede u zabludu, iskrivi istinu ili namerno naštetiti pojedincu, društvenoj grupi ili organizaciji.
- Ovo uključuje manipulisane fotografije, audio i video materijale, kao i lažni digitalni sadržaj (npr. „deepfake“) koji može dovesti u zabludu ili uticati na birače.

Govor mržnje i podsticanje na nasilje

- Diskriminatoran, huškački ili dehumanizujući govor usmeren na pojedince ili grupe na osnovu pola, roda, rase, etničke pripadnosti, geografske sredine (npr. gradska u odnosu na seosku), jezika, veroispovesti, političkog mišljenja ili seksualne orijentacije. Posebna pažnja posvetiće se ženama kandidatkinjama, aktivistkinjama, novinarkama i javnim ličnostima. Ovo podrazumeva pokušaje korišćenja tajnog ili kodiranog jezika, kako bi se izbeglo blokiranje na platformama i dalje širila mržnja ili potpirivao konflikt.

Koordinisane operacije uticaja

- Organizovano korišćenje mreža naloga (uključujući botove, „trolove“ i „sajber nasilnike“), bilo direktno ili preko trećih strana, radi manipulisanja onlajn okruženjem ili simuliranja lažne podrške. Ove prakse se ne smeju koristiti da diskredituju ili ućutkaju bilo koje pojedince ili društvene grupe, posebno glasove žena i manjinskih zajednica u političkim procesima.

Uznemiravanje

- Sadržaj koji izaziva osećaj nesigurnosti kod pojedinaca ili ih čini metama zastrašivanja i uznemiravanja, bilo fizičkog ili onlajn.
- Posebna pažnja posvetiće se zaštiti žena od rodno zasnovanog onlajn uznemiravanja, pretnji i zlostavljanja, uključujući koordinisane digitalne napade, objavljivanje privatnih podataka (doxing) i seksualizovan sadržaj.

II. Mediji

Poštovanje etičkih i pravnih standarda

- Poštovati Etički kodeks Saveta za štampu Kosova i relevantne zakone koji se odnose na medije, izbore i informisanje.
- Osigurati da političko izveštavanje poštuje standarde tačnosti, nepristrasnosti i profesionalnog integriteta.

- Primenjivati rodno osetljiv pristup u svim izveštavanjima, izbegavajući seksistički jezik, stereotipe ili pristrasne prikaze žena, muškaraca koji se ne pridržavaju tradicionalnih rodni normi i rodni manjina u politici.

Obezbeđivanje transparentnosti političkog oglašavanja

- Izveštavati i procenjivati tačnost političkog oglašavanja i jasno razlikovati/obeležavati plaćene političke oglase od uređivačkog sadržaja.

Sprečavanje i uzdržavanje se od kreiranja i širenja štetnog onlajn sadržaja

Mediji i novinari se obavezuju da u svom radu i onlajn prisustvu ne uključuju niti promovišu:

Dezinformacije i netačne informacije

- Kreiranje ili deljenje neproverenog, lažnog ili obmanjujućeg sadržaja, bilo da je u pitanju vest, političke emisije objavljene u onlajn medijima, naslovi, vizuelni prikazi ili izveštavanje o kampanji.
- Prilikom deljenja izjava javnih ličnosti, treba jasno naznačiti kada sadržaj odražava lično mišljenje, a ne već utvrđenu proverenu činjenicu. Ovo uključuje manipulisane slike, audio ili video zapise i lažni digitalni sadržaj (npr. dipfejkove) koji se koristi za obmanjivanje ili uticanje na birače.
- Aktivno isticati i prijaviti obrasce onlajn zlostavljanja, uznemiravanja ili koordinisanih kampanja dezinformisanja uperenih na pojedince na osnovu njihovog pola ili drugih aspekata njihovog identiteta, posebno oblike manipulacije koji eksploatišu izgled, lični život ili izmišljene skandale.

Govor mržnje i podsticanje na nasilje

- Diskriminatoran, huškački ili dehumanizujući govor usmeren na pojedince ili grupe na osnovu pola, roda, rase, etničke pripadnosti, geografske pripadnosti, jezika, vere, političkog mišljenja ili seksualne orijentacije.
- Ovo uključuje pokušaje korišćenja skrivenog ili kodiranog jezika kako bi se izbeglo blokiranje od strane platformi i širenje mržnje ili stvaranje sukoba.

Uznemiravanje

- Bilo koji sadržaj koji uzrokuje da se pojedinci osećaju nebezbedno ili postanu mete zastrašivanja ili uznemiravanja, bilo fizičkog ili onlajn, uključujući lične napade ili pojačavanje neprijateljskih narativa.
- Posvetiti posebnu pažnju digitalnom rodno zasnovanom nasilju i uznemiravanju, kao što su seksističke uvrede, seksualizovano zlostavljanje, pretnje, doksing i napadi na ugled koji su nesrazmerno upereni ka ženama u javnom životu.

Promovisati objektivno, tačno i uravnoteženo izveštavanje

Sprovoditi objektivno i konstruktivno izveštavanje o kandidatima i kampanjskim timovima bez pribegavanja jeziku koji ponižava pojedince na osnovu pola, roda, etničke pripadnosti, invaliditeta, religije, seksualne orijentacije ili drugih identitetskih obeležja.

- Proveriti činjenice i obratiti pažnju na tačnost i kontekst svih političkih sadržaja, posebno narativa koji nesrazmerno utiču na ranjive grupe lažnim ili obmanjujućim informacijama.
- Težiti da se obezbedi jednaka vidljivost različitih kandidata, dajući prostor nedovoljno zastupljenim grupama da artikuliraju svoje političke stavove.
- Posvetiti se poboljšanoj saradnji među medijima kako bi se smanjila polarizacija u informacionom okruženju Kosova i promovisao konstruktivniji javni diskurs.

III. Organizacije civilnog društva

Zajednički napori i saradnja na sprovođenju Kodeksa

- Nastaviti saradnju sa svim akterima radi podizanja svesti i sprovođenja ovog Kodeksa ponašanja.
- Promovisati učešće ranjivih grupa, uključujući nevećinske zajednice, u izbornim aktivnostima i razmeni informacija.
- Promovisati učešće žena i rodni manjina u ovim naporima, uključujući i aktivnosti praćenja.

Podizanje svesti birača

- Podići svest građana o važnosti tačnih informacija tokom izbornog procesa, uključujući i putem onlajn i oflajn kampanja o izborima, medijama i digitalnoj pismenosti.
- Obezbediti pouzdane i pristupačne informacije o izborima različitim biračkim jedinicama rešavanjem prepreka kao što su jezik, pismenost i povezanost.

Podrška učešću i inkluziji

- Podržati i ohrabriti aktivno učešće svih građana, uključujući žene, mlade i nedovoljno zastupljene grupe u izbornom procesu, kroz ciljano informisanje i angažovanje birača.
- Promovisati njihove glasove i prisustvo u javnom prostoru i u izbornom procesu uključujući i kroz građanske inicijative usmerene na izbore.

Zaštita privatnosti i poštovanje etičkih standarda

- Štititi privatnost i lične podatke birača i kandidata naglašavajući da se takvi podaci ne smeju koristiti za mikrotargeting birača bez izričite prethodne saglasnosti.

- Osigurati se da zaštita privatnosti bude posebno pažljiva prema rizicima sa kojima se suočavaju žene i marginalizovane osobe, koje su često mete onlajn doksinga i izloženosti.

Praćenje i prijavljivanje štetnog sadržaja

- Mehanizam za praćenje, sastavljen od pet terenskih posmatrača, nadgledaće onlajn prostor i društvene mreže kako bi procenio usklađenost sa Kodeksom ponašanja i prijavio sva kršenja. Period praćenja trajaće osam nedelja: dve nedelje pre zvaničnog jednomesečnog perioda kampanje i tokom cele kampanje. Svi identifikovani slučajevi usklađenosti i nepoštovanja Kodeksa ponašanja biće dokumentovani u nedeljnim izveštajima i sumirani u konačnom izveštaju nakon izbora.

Zaključak

Potpisivanjem ovog Kodeksa ponašanja potvrđujemo našu zajedničku odgovornost da zaštitimo integritet onlajn komunikacije tokom predstojećih izbora na Kosovu. Posvećeni smo negovanju bezbednog i inkluzivnog izbornog okruženja u kojem svi birači, bez obzira na pol, etničku pripadnost, invaliditet, religiju, seksualnu orijentaciju ili druga identitetska obeležja, mogu da donose informisane izbore, bez manipulacije, zlostavljanja ili straha.

Potpisan dana 3. septembra 2025. u Swiss Diamond Hotelu, Priština, Kosovo.

Prilog 2: Spisak potpisnika Deklaracije

Političke stranke

- Stranka URA
- Alijansa za budućnost Kosova (AAK)
- Alternativa
- Nova demokratska inicijativa Kosova (IRDK)
- Pokret Samoopredeljenje! (LVV)
- Socijaldemokratski pokret (NISMA)
- Demokratska partija Kosova (PDK)
- Nova demokratska stranka (NDS)

MEDIJI

- Kallxo.com
- Kosovo 2.0
- Medija centar Čaglavica
- Telegrafi.com
- RTV MIR

Organizacije civilnog društva

- Pokret FOL (GOVORI)
- Hibrid.info
- Inicijativa mladih za ljudska prava (YIHR)
- Prištinski institut za političke studije (PIPS)
- Kosovski centar za bezbednosne studije (KCSS)
- NVO AKTIV
- Demokratija Plus (D+)
- Kosovski demokratski institut (KDI)
- Demokratija za razvoj (D4D)
- Centar za zastupanje demokratske kulture (ACDC)

Prilog 3: Glosar ključnih terminoloških odrednica

Govor mržnje	Jezik koji podstiče diskriminaciju, neprijateljstvo ili nasilje prema pojedincima ili grupama na osnovu karakteristika kao što su etnička pripadnost, rod, veroispovest, politička pripadnost ili druga identitetska obeležja.
Dezinformacije	Lažne ili obmanjujuće informacije koje su kreirane namerno i podeljene u nameri da dovedu do obmane ili manipulišu javnim mnjenjem.
Netačne informacije	Netačne ili obmanjujuće informacije koje se dele bez namere da dovedu do obmane, često kao posledica nesporazuma ili odsustva provere.
Informacije izvađene iz konteksta/koje dovode u zabludu	Tačan sadržaj predstavljen na obmanjujući način uklanjanjem ili menjanjem njegovog prvobitnog konteksta, kako bi se iskrivilo značenje ili percepcija.
Kleveta/pogrdni način izražavanja	Govor ili izrazi koji vređaju, ponižavaju ili narušavaju ugled pojedinaca ili grupa kroz uvredljive ili ponižavajuće napomene.
Mim	Vizuelni ili tekstualni element - često humorističke ili satirične prirode - koji se deli na društvenim mrežama, kao komentar na društvena, kulturna ili politička dešavanja; u nekim slučajevima, koristi se za širenje stereotipa, ismevanje pojedinaca ili jačanje političkih narativa.

Institut Demokratija za razvoj (D4D) obrazovan je aprila 2010. godine od strane grupe analitičara koji su bili sve zabrinutiji da je državotvorni proces zapostavio demokratiju. Vizija je D4D-a da promoviše aktivno i obrazovano građanstvo, koje u potpunosti učestvuje i koristi javni prostor za zastupanje i odlučivanje, za pažljivo razmišljanje i stvaranje konsenzusa o delotvornoj, pametnoj, održivoj preraspodeli resursa koja sa sobom nosi uravnoteženi razvoj. D4D utiče na konkretne politike, promoviše međusektorski pristup u rešavanju problema i bavi se institucionalnom rutinom odlučivanja, preporučivanjem postepenih poboljšanja i deluje maksimalno delotvorno, sa ciljem potpunog unapređivanja stabilizacije i demokratskog razvoja Kosova.



Za više informacija o aktivnostima D4D-a,
molimo vas posetite našu internet stranicu:
www.d4d-ks.org

