



Projekat finansira Evropska unija



Policija i poštivanje ljudskih prava u BiH



Društvene mreže i policija: saveznik u borbi za spolnu ravnopravnost?

Benjamin Plevljak
Aida Kržalić



Centar za sigurnosne studije - BIH
Centre for Security Studies - BH



Udruženje "Mreža policijskih službenica"
"Policewomen's Network" Association



Geneva Centre
for Security Sector
Governance

2021

Uvod

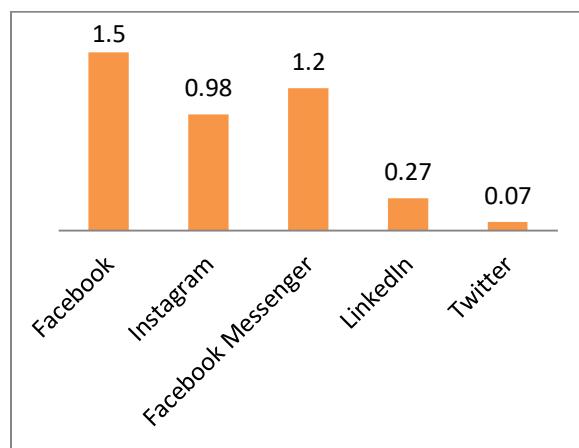
Društvene mreže postale su gotovo neizostavan dio svakodnevnog života većine ljudi. Pojedinci ih koriste u različite svrhe, od zabave, informiranja, komunikacije s prijateljima i porodicom do poslovanja i profesionalnog napredovanja. U poslovne svrhe, društvene mreže sve više koriste i privredni subjekti kao glavno sredstvo kako bi predstavili svoje proizvode i usluge milionima ljudi. Benefita društvenih mreža svjesne su i različite međunarodne i vladine organizacije širom svijeta, kako bi pravovremeno pružale relevantne informacije određenoj ciljnoj publici i široj javnosti. U kontekstu pandemije koronavirusa, najbolji primjer su napori zdravstvenih organizacija da blagovremeno i tačno informišu svjetsku javnost o mjerama prevencije i zaštite od virusa, ali, istovremeno, da se odupru bujici dezinformacija koje otežavaju kontrolu pandemije.

Prema podacima internet stranice *Datareportal*, u mjesecu julu 2021. godine bilo je 4.48 milijardi korisnika društvenih mreža širom svijeta, što je otprilike 57% svjetske populacije. Nadalje, prema istim podacima, tipični korisnik u prosjeku provede oko dva i pol sata dnevno koristeći

društvene mreže [1]. Iako se na digitalnoj sceni pojavljuje sve više platformi društvenih mreža, *Facebook* platforma drži lidersku poziciju s više od 2.85 milijardi aktivnih korisnika mjesečno, prema podacima iz mjeseca jula ove godine [2].

57% svjetske populacije koristi društvene mreže

U Bosni i Hercegovini (BiH) bilo je 1.8 miliona korisnika društvenih mreža u januaru 2021. godine, što je povećanje od 100.000 korisnika u odnosu na godinu ranije. Prema tome, broj korisnika društvenih mreža u BiH otprilike je 55% od njene ukupne populacije.¹ Najpopularnija društvena mreža je *Facebook*, koja je imala 1.5 milion korisnika [3].



Grafikon 1 - Broj korisnika različitih društvenih mreža u BiH²

¹ Prema podacima Datareportal, u BiH bilo je 3.27 miliona ljudi u januaru 2021. godine, od čega 51% žena.

² Predstavljene brojke označavaju potencijalnu publiku koju oglavljavači mogu dosegnuti kroz oglase

U BiH je 1.8 miliona korisnika društvenih mreža

Društvene mreže i policija

Analiza literature pokazuje da upotreba društvenih mreža može biti od koristi za policijske agencije iz više razloga. One omogućavaju policijskim agencijama da se bolje povežu sa zajednicama i građanima kojima služe te, na taj način, unaprijede međusobne odnose. Tako policijske agencije mogu brzo podijeliti važne informacije građanima, naročito kada se radi o kriznim situacijama (prirodne nepogode, saobraćajne nesreće, drugi incidenti i sl.) ili sigurnosnim savjetima, ali i zaprimati informacije od građana u vezi lokalnih, sigurnosnih problema s kojima se susreću. Prema tome, društvene mreže imaju potencijal da unaprijede rad policije u zajednici.

Također, društvene mreže pružaju policijskim agencijama mogućnost da bolje upravljuju svojom reputacijom. Objavljivanje činjenica radi suzbijanja štetnih glasina ili procjena mišljenja zajednice o agencijskim politikama i

na ovim društvenim mrežama. Podaci preuzeti s Datareportal iz izvještaja Digital Global za januar 2021. godine.

praksama samo su neki od primjera. Osim toga, policijske agencije koriste društvene mreže kao jedno od sredstava u operativnom radu (primjera radi, istraživanje različitih oblika kriminaliteta ili podrška u pronalasku osumnjičenih osoba).

Iako postoje brojni benefiti, društvene mreže mogu prouzročiti i negativne posljedice. Budući da zvanične objave može vidjeti veliki broj ljudi u kratkom vremenu i da se mogu dijeliti velikom brzinom, jako je važno utvrditi kakvi se sadržaji smiju javno objavljivati na zvaničnim nalozima društvenih mreža. Također, bitno je povesti računa i šta objavljaju zaposlenici na ličnim nalozima, jer postoje slučajevi da su zaposlenici, tokom radnog vremena ili u službenoj uniformi, objavljivali neprimjerene sadržaje koji su se negativno odrazili na reputaciju samih agencija i povjerenje zajednice u njih.

Društvene mreže mogu unaprijediti odnose između policijskih agencija i građana.

Da bi se neželjeni efekti izbjegli, policijske agencije bi trebale prvenstveno uspostaviti politiku upotrebe društvenih mreža. Ta politika bi trebala uspostaviti jasna pravila o

tome ko je ovlašten unutar agencije da upravlja nalozima društvenih mreža, preko kojih uređaja i aplikacija, koji su to primjereni i neprimjereni sadržaji, kao i pravila ponašanja ovlaštenih osoba tokom predstavljanja agencije na zvaničnim nalozima društvenih mreža, naročito u smislu interakcije s građanima i sl. U svakom slučaju, politika bi trebala zabraniti komentarisanje krivičnih gonjenja u toku, dijeljenje povjerljivih informacija te izjave o krivici ili nevinosti bilo koje osumnjičene osobe [4] [5] [6].

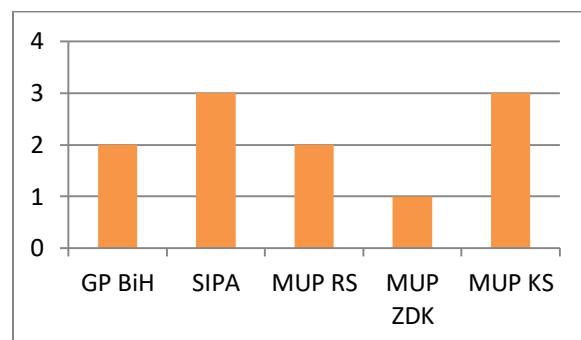
Nalazi ankete iz 2015. godine, koju je sprovelo Međunarodno udruženje načelnika policije i u kojoj je učestvovalo 553 policijske agencije iz Sjedinjenih Američkih Država, pokazali su da 94% policijskih agencija koristi *Facebook*, 71% *Twitter* te 40% *YouTube* [7].

Situacija u BiH

Nalazi prethodno spomenute ankete poslužili su kao referentne vrijednosti da se utvrdi u kojem obimu 16 policijskih agencija u BiH koriste društvene mreže.³ Također, istraživanje je u

³ Istraživanje je bilo usmjereni na analizu zvaničnih internet stranica policijskih agencija, odnosno traženje direktnih poveznica na naslovnim stranicama s nalozima društvenih mreža koje se eventualno

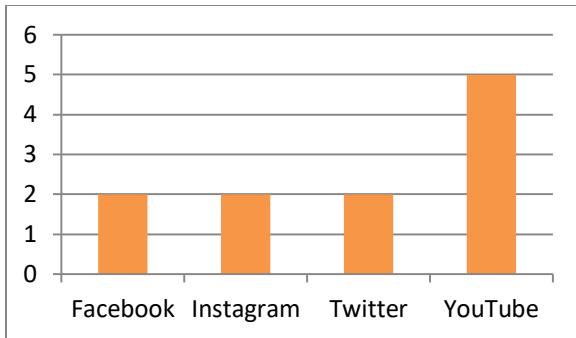
obzir uzelo i društvenu mrežu *Instagram*, budući da je ista vrlo popularna među domaćom populacijom, naročito ženskom (51% korisnika su žene). Istraživanje je pokazalo da samo pet policijskih agencija u BiH koristi društvene mreže (31%). To su Granična policija BiH (GP BiH), Državna agencija za istrage i zaštitu (SIPA), Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Srpske (MUP RS), Ministarstvo unutrašnjih poslova Zeničko-dobojskog kantona (MUP ZDK) i Ministarstvo unutrašnjih poslova Kantona Sarajevo (MUP KS). U prosjeku, policijske agencije koriste dvije društvene mreže. Najviše društvenih mreža koriste SIPA i MUP KS.



Grafikon 2 - Broj korištenih društvenih mreža po policijskim agencijama

Sve navedene policijske agencije koriste društvenu mrežu *YouTube*, dok preostale društvene mreže koriste po dvije agencije.

koriste. Opravdanost pristupa je ta da su se na taj način željeli sigurno utvrditi zvanični nalози društvenih mreža koje koristi svaka agencija, odnosno izbjegći potencijalni lažni nalози. Pristup ujedno ima i ograničenje, jer postoji mogućnost da su previđeni određeni zvanični nalози agencija, a koji nisu predstavljeni na zvaničnim internet stranicama.



Grafikon 3 - Upotreba pojedinačnih društvenih mreža od 5 policijskih agencija

Društvene mreže i zapošljavanje

Budući da društvene mreže u BiH koristi većina njene populacije, nema sumnje da se iste mogu koristiti i za oglašavanje radnih mjesta za koje su potrebni novi zaposlenici, a kako bi se privukao što veći broj (kvalificiranih) kandidata. Ujedno, budući da većinu populacije u BiH čine žene, društvene mreže mogu biti korisno sredstvo za privlačenje kandidatkinja, posebno ako se određena organizacija suočava s problemom spolne neravnopravnosti. Takav je slučaj s policijskim sektorom u BiH, gdje su žene zastupljene 20% u ukupnoj strukturi zaposlenih u 16 agencija, a tek 9% ih se nalazi u statusu policijske službenice. S druge strane, prema odredbama Zakona o ravnopravnosti spolova u BiH, o ravnopravnosti spolova se govori kada je jedan od spolova zastupljen najmanje 40% u

institucijama javnog sektora. Također, nalazi istraživanja, obavljenog u okviru projekta „Policija i poštivanje ljudskih prava u BiH“, pokazali su da postoji trend pada broja prijavljenih kandidatkinja na javne konkurse za prijem novih policijskih službenika/ca u činu policajca/ke. Budući da se radi o konkursima za čin gdje se generalno prima veći broj novih kadrova, uočeni trend bi se mogao dugoročno negativno odraziti i na brojčanu zastupljenost žena u statusu policijskog službenika. Društvene mreže neupitno imaju potencijal da zaustave takav trend, ali istovremeno i da populariziraju policijski poziv u mlađem dijelu populacije, naročito kod djevojaka.

Međutim, nalazi istog istraživanja pokazali su da niti jedna domaća policijska agencija nije do sada koristila društvene mreže kako bi vršila oglašavanje javnih konkursa za prijem novih policijskih službenika/ca.

Zaključak i preporuke

Društvene mreže promijenile su način kako živimo. Promijenile su, također, način kako različite organizacije posluju, dok prisutni trendovi opravdano ostavljaju prostor za retoričko pitanje: hoćemo li u budućnosti ikako moći funkcionisati bez društvenih mreža?

Za policijske agencije, društvene mreže imaju brojne benefite, naročito u pogledu unapređivanja odnosa i veza sa zajednicama i građanima kojima služe. Međutim, društvene mreže kriju i brojne opasnosti za policiju pa je njihova upotreba nužno uvjetovana postojanjem jasne i precizne politike koja će urediti načine i uslove njihove upotrebe.

Policijske agencije u BiH nedovoljno eksploatišu društvene mreže. Tek ih pet agencija koristi. U prosjeku, imaju naloge na dvije društvene mreže. Svih pet policijskih agencija koristi platformu *YouTube*, dok *Facebook* koriste samo dvije agencije. To ukazuje da policija u BiH nije vična pratiti digitalne trendove, jer platformu *Facebook* koristi gotovo polovina populacije.

Također, budući da se suočavaju s ozbiljnom nezastupljenosću žena u svojim redovima, posebno u statusu policijskog službenika, društvene mreže policijskim agencijama u BiH predstavljaju ozbiljnog saveznika u rješavanju navedenog problema kroz oglašavanje budućih javnih konkursa za prijem novih policijskih službenika/ca te popularizaciju policijskog poziva.

Preporuke

1. Izvršiti analizu realnih potreba obima upotrebe društvenih mreža, ali voditi računa da postoji makar jedan zvanični nalog na nekoj od društvenih mreža, uvažavajući trendove među populacijom.
2. Sačiniti politiku upotrebe društvenih mreža koja će obuhvatiti sve bitne aspekte.
3. Na zvaničnim internet stranicama što uočljivije postaviti poveznice za naloge na društvenim mrežama. To će građanima olakšati da se povežu sa zvaničnim nalozima policijskih agencija na društvenim mrežama.
 - 3.1. U okviru upravljanja nalozima na društvenim mrežama, učiniti sve potrebne korake kako bi građani nedvosmisleno znali da se radi o zvaničnom nalogu policijske agencije. Također, učiniti moguće korake da se sumnjivi ili eventualno lažni nalozi policijskih agencija na društvenim mrežama uklone ili bar da se korisnici upozore na to.
4. U skladu s mogućnostima, koristiti društvene mreže kao jedan od kanala za popularizaciju policijskog poziva.
5. Javne konkurse za prijem novih policijskih službenika/ca objavljivati i oglašavati na društvenim mrežama.

Reference

[1] <https://datareportal.com/social-media-users>

[2]
<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

[3] <https://datareportal.com/reports/digital-2021-bosnia-and-herzegovina>

[4] (2020, Jul.). Robert Cruz: *The power and danger of social media for law enforcement*. [Online]. Dostupno na: <https://gcn.com/articles/2020/07/31/social-media-law-enforcement-records-laws.aspx>

[5] Urban Institute. (2019). *Social Media Guidebook for Law Enforcement Agencies* [Online]. Dostupno na: https://www.urban.org/sites/default/files/publication/99786/social_media_guidebook_for_law_enforcement_agencies_0.pdf

[6] <https://www.powerdms.com/policy-learning-center/law-enforcement-social-media-policy>

[7] International Association of Chiefs of Police. (2015). *2015 Social Media Survey Results* [Online]. Dostupno na: <https://www.valorforblue.org/Clearinghouse/549/International-Association-of-Chiefs-of-Police-2015-Social-Media-Survey-Results>

Ova publikacija je urađena uz finansijsku pomoć Evropske unije.

**Njeni sadržaji su isključiva odgovornost Centra za sigurnosne studije i ne odražavaju nužno
stavove Evropske unije.**