



Sarajevo, 3.12.2024. godine

Broj: 06-06-2-1244-2/24

Poziv na edukaciju

„Postavljanje i poslovanje na društvenim mrežama u svjetlu EU i BiH regulative“

Vanjskotrgovinska/Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine (VTK/STK BiH), uz podršku i u suradnji sa Fondacijom Konrad Adenauer u Bosni i Hercegovini, organizira edukaciju na temu „Postavljanje i poslovanje na društvenim mrežama u svjetlu EU i BiH regulative“, koja će se održati **11.12.2024. godine u prostorijama VTK/STK BiH, ulica Branislava Đurđeva 10, Sarajevo.**

Procjenjuje se da 74% odraslih osoba u BiH imaju nalog na barem jednoj društvenoj mreži gdje prosječno provedu 2 sata i 19 minuta dnevno, čineći društvene mreže bitnim djelom naše svakodnevnice. Biznis ide tamo gdje su ljudi, pa se tako procjenjuje da 70% bh. poduzetnika ima aktivne naloge na društvenim mrežama. Sve ovo postavljanje i poslovanje na društvenim mrežama je uređeno složenim sistemom pravnih pravila EU i BiH. Usvajanjem E-commerce, DSA, DSM, GDPR i drugih direktiva, EU je značajno uredila korištenje društvenih mreža, a BiH čvrsto prati i transponira. Ne obazirati se na ovu regulativu je opasno, kako za pojedinog korisnika, za „influensera“ tako i posebno za poduzetnike, potencijalno ih izlažući sankcijama kao što su gubitak naloga, odgovornost za štetu, novčanu ili čak kaznu zatvora. Razumijevanje ovih pravila predstavlja modernu građansku i poslovnu pismenost, može dati pravnu sigurnost i biti bitan faktor u donošenju budućih poslovnih odluka ili jednostavno odluke da li pritisnuti to sudbonosno „Post“.

Predavač na edukaciji je prof.dr. Haris Hasić, vanredni profesor na Pravnom fakultetu Univerziteta u Travniku. Autor je pet knjiga i brojnih članaka objavljenih na tri kontinenta. Pravni je konsultant Asocijacije kompozitora – muzičkih stvaralaca (AMUS), udruženja BH Novinari, Tehnološka revolucija, Udruženje glumaca i glumica BiH kao i državnih agencija, privrednih društava, advokatskih kancelarija i drugih klijenata. Certificirani je predavač za Agenciju za državnu službu BiH i FBiH, edukator VTK/STK BiH te edukator i koautor priručnika iz intelektualnog vlasništva za sudije koji su objavili Centar za edukaciju sudija i tužilaca FBiH i CEST RS. Predavao je za Svjetsku trgovinsku organizaciju u Kazahstanu i Turskoj, stipendista je vlade SAD-a i alumnista WIPO-WTO svjetskog kolokvijuma za predavače intelektualnog vlasništva kao i član EIPTN-a.

Edukacija je namijenjena svim poduzetnicima i uposlenicima kompanija koje u poslovanju koriste ili planiraju da koriste društvene mreže, kao i onima koji imaju otvoren nalog i aktivno postavljaju na društvenim mrežama. Za praćenje edukacije neće biti potrebno stručno ili specijalističko poznavanje prava. Naglasak će biti na primjenjivim savjetima, konkretnim pitanjima i rješavanju realnih problema.



Učešće na edukaciji je **besplatno** za članice VTK/STK BiH. Prijava se vrši popunjavanjem [online prijavnog obrasca](#), najkasnije do utorka, 10.12.2024. godine do 12.00 sati.

Više informacija možete dobiti upitom na e-mail adresu edukacija@komorabih.ba ili pozivom na broj telefona 033/566-204.

Satnica	Program
09.30 – 10.00	Registracija učesnika
10.00 – 10.15	• Uvodno obraćanje organizatora • Predstavljanje predavača • Upoznavanje sa polaznicima
10.15 – 11.15	Blok I – Društvene mreže u kontekstu pravnog sistema Teme: • Kako pravni poredak kvalifikuje društvenu mrežu? • Ko će biti korisnikom društvene mreže? Ko će biti „influencerom“ i zašto je to bitno? • Šta je „post“ na društvenoj mreži i koje su pravne posljedice postavljanja na društvenim mrežama? • Šta je i od čega se sastoji „terms and conditions“ za korištenje društvene mreže? • Na šta se pristaje kada se otvori nalog i koriste društvene mreže kao što su TikTok, Snapchat, Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube, X, Telegram, Reddit, Bluesky, 9gag i sl.? • Da li sam „vlasnik“ svog naloga? • Ko će biti nositeljem naloga stvorenog i korištenog u okviru radnog odnosa? • Da li poslodavac može tražiti pristup nalogu na društvenim mrežama? Koje su obaveze zaposlenika prema poslodavcu povodom naloga na društvenim mrežama? • Šta se događa sa nalogom nakon smrti titulara? • Da li budući poslodavac može tražiti pristup mom nalogu? Da li poslodavac može tražiti pristup nalogu nakon prestanka radnog odnosa? • Da li smijem koristiti društvene mreže na poslu? Da li korištenje društvenih mreža izvan poslovnog vremena može imati posljedice na radni odnos? • Koje mogu biti obaveze zaposlenika povodom korporativnog naloga na društvenim mrežama? Koje mogu biti posljedice ugrožavanja naloga poslodavca? • Šta je i od čega se može sastojati politika o korištenju društvenih mreža na radnom mjestu? • Šta je „Digital Services Act“ direktiva EU i zašto je bitna za korištenje društvenih mreža u Bosni i Hercegovini? • Kako <i>acquis</i> uređuje pitanja postavljanja i korištenja društvenih mreža u EU?

	• Koje su implikacije korištenja društvenih mreža na vlastitu privatnost i na zaštitu privatnosti drugih? • Šta je pravo da se bude zaboravljen? • Koje su pravne implikacije korištenja društvenih mreža na zaštitu ličnih podataka? • Šta je GDPR direktiva EU i zašto je bitna za korištenje društvenih mreža u BiH? • Koje su odredbe kojima se štite lični podaci u BiH relevantni na korištenje društvenih mreža? • Da li korištenje društvenih mreža neophodno podrazumijeva prekogranični prenos ličnih podataka i zašto je to bitno? • Kako se daje a kako se može steći pristanak na korištenje ličnih podataka u kontekstu društvenih mreža u BiH? • Koji su izazovi zaštite povrijeđenih ili ugroženih prava na društvenim mrežama?
11.15 – 11.30	Pauza za kafu
11.30 – 12.30	Blok II – Društvene mreže i autorsko pravo Teme: • Šta je autorsko djelo i zašto je to bitno? Kako prepoznati da li je nešto autorsko djelo? • Koje vrste autorskih djela se mogu koristiti na društvenim mrežama? • Koje su karakteristike teksta, govora, fotografija, filma, muzike i dr. kao autorskih djela koje se koriste na društvenim mrežama? • Zašto može biti autorskopравни problem da postavim fotografiju mene na društvenu mrežu? • Ko će biti autorom autorskog djela i zašto je to bitno? Ko će biti nosiocem prava a ko korisnikom autorskog djela postavljenog na društvenim mrežama? • Šta je autorsko pravo? Kako se stiče i kako prestaje autorsko pravo? Da li se autorsko djelo mora registrovati ili zaštititi? • Na šta je autor ovlašten? Koja prava ima autor povodom autorskog djela prema korisnicima u BiH i EU? • Da li je autorsko djelo koje je postavljeno na društvenoj mreži pravno zaštićeno? Da li se gubi autorsko pravo postavljanjem autorskog djela na društvenu mrežu? • Koje su pravne posljedice postavljanja tuđeg autorskog djela na društvenu mrežu? • Šta je „Content ID“ i zašto je bitan? Kako društvene mreže štite autorska prava? • Koje su pravne posljedice skidanja („download“) i naknadnog korištenja autorskog djela sa društvenih mreža? • Koje su posljedice linkovanja na tuđe autorsko djelo na društvenoj mreži? • Šta je i koje su autorskopравne posljedice „stream-inga“ na društvenim mrežama? • Šta se prenosi na društvenu mrežu postavljanjem autorskog djela? • Kako se može dobiti dozvola za korištenje autorskog djela na društvenoj

	mreži? • Šta je „creative commons“ dozvola i da li se može koristiti u BiH? • Kako se može steći pravo na korištenje autorskog djela na društvenoj mreži? • Da li su autorska prava stranaca zaštićena u BiH? Da li su autorska prava državljana BiH zaštićena izvan granica naše države? • Šta će biti povredom autorskog prava i zašto je to bitno? • Koja je odgovornost društvene mreže za povrede autorskih prava korisnika u SAD-u, EU i BiH? • Šta se treba uraditi ako neko postavi naše autorsko djelo na društvenu mrežu bez dozvole ili prava? • Šta uraditi ako postavim tuđe autorsko djelo na društvenu mrežu bez dozvole ili prava? Šta je „claim“? Kako se ulaže „counter-claim“? Koje su posljedice „three strikes“? • Koje su granice autorskog prava? Na šta autor nema pravo povodom svog autorskog djela? • Kada se može koristiti autorsko djelo bez dozvole od autora i bez plaćanja naknade? • Šta je „fair use“ i da li je fair use bitan u BiH i EU? • Kakvo je stanje <i>acquis</i>-a povodom zaštite autorskih prava u EU, posebno sa stanovišta korištenja autorskih djela na internetu? • Šta je „Digital Single Market“ direktiva EU i zašto je bitna za korištenje društvenih mreža u BiH? • Koje novine možemo očekivati u izmjenama i dopunama Zakona o autorskom i srodnim pravima (Sl. glasnik BiH br. 63/10) i novom Zakonu o kolektivnom ostvarivanju autorskog i srodnih prava? • Da li se autorskopravna zaštita pruža i autorskim djelima stvorenim koristeći umjetnu inteligenciju? • Šta su prava srodna autorskom pravu i zašto su bitna za korištenje društvenih mreža?
12.30 – 13.30	Velika pauza (slobodno vrijeme)
13.30 – 14.30	Blok III – Pravne implikacije poslovanja na društvenim mrežama Teme: • Koje su pravne implikacije poslovanja na društvenim mrežama? • Šta je „E-commerce“ direktiva EU i zašto je bitna za poslovanje na društvenim mrežama u BiH? Koje su druge odredbe <i>acquis</i>-a relevantne za poslovanje na društvenim mrežama? • Šta je Zakon o elektronskom pravnom i poslovnom prometu (Sl. glasnik BiH br. 88/07) i zašto je bitan za poslovanje na društvenim mrežama u BiH? • Da li je moguće baviti se „elektronskom trgovinom“ putem društvenih mreža? • Da li zakoni kojim se u BiH uređuje unutrašnje tržište imaju značaja na poslovanje putem društvenih mreža? • Kako komunikacija putem društvene mreže može predstavljati komercijalnu komunikaciju i zašto je to bitno? • Koje su pravne implikacije vršenja prodaje na osnovu ugovora na daljinu

	na društvenim mrežama? • Koje su pravne implikacije oglašavanja, vršenja marketinga i provođenja promocija na društvenim mrežama? • Koje su obaveze „influencera“ povodom oglašavanja, marketinga i promocija na društvenim mrežama? • Koje su pravne implikacije držanja i vršenja nagradnih igara na društvenim mrežama? • Kako su zaštićena prava potrošača povodom poslovanja na društvenim mrežama? • Šta je žig, a šta brend i zašto je to bitno za poslovanje na društvenim mrežama? • Koje su karakteristike brendiranja i pravne zaštite brenda na društvenim mrežama? • Kada se smije koristiti tuđi znak zaštićen žigom u kontekstu poslovanja na društvenim mrežama? • Šta će predstavljati povredu žiga u kontekstu poslovanja na društvenim mrežama? • Koja je pravna praksa Evropskog suda pravde povodom korištenja žiga na internetu? • Kada se može koristiti geografska oznaka porijekla u kontekstu poslovanja na društvenim mrežama? • Kako se vrši pravna zaštita internet domena u BiH i EU i koje su pravne interakcije internet domena, naloga i žigom zaštićenih znakova? Da li se ovo odnosi na naziv naloga? • Koje su pravne implikacije korištenja #hashtag-a u poslovanju na internetu? • Šta je nelojalna konkurencija i zašto je to bitno u kontekstu poslovanja na društvenim mrežama? Kakva djelovanja na društvenim mrežama mogu predstavljati nelojalnu konkurenciju? • Kada korištenje tuđih znakova razlikovanja na društvenim mrežama može predstavljati čin nelojalne konkurencije? • Šta je poslovna tajna i kako se može zaštititi poslovna tajna u kontekstu poslovanja na društvenim mrežama? • Šta je i koje su pravne implikacije „crowdfunding-a“? • Koji su mehanizmi ADR-a za sporove nastale na društvenim mrežama? • Koji je odnos i pravne implikacije poslovanja na društvenim mrežama sa kriptovalutama i virtuelnim valutama? • Šta su „NFT-ovi“ i koje su implikacije poslovanja sa istim na društvenim mrežama? • Da li se može imati „vlasništvo“ na virtuelnim predmetima i prostorima?
14.30 – 14.45	• Pauza za osvježenje
14.45 – 15.30	Blok IV: Negativne strane postavljanja i poslovanja na društvenim mrežama Teme: • Koje djelovanje na društvenim mrežama neće biti pravno dozvoljeno? • Šta će predstavljati povredu odnosa između korisnika i društvene mreže i koje mogu biti posljedice?

	• Kako društvene mreže mogu ograničiti djelovanje korisnika? • Koja je odgovornost društvene mreže za pravno nedozvoljena djelovanja korisnika? • Koje su pravne posljedice inherentne pristrasnosti i neprimjerenih učinaka „recommender“ algoritama na društvenim mrežama? • Ko će snositi odgovornost za štetu nastalu djelovanjem na društvenoj mreži? • Šta je kleveta? Kako se može kleveta učiniti koristeći društvene mreže? • Šta učiniti ukoliko je neko izvršio klevetu putem društvenih mreža? Koji su pravni mehanizmi sankcionisanja i saniranja klevete na društvenim mrežama? • Koje mogu biti krivičnopravne implikacije neprimjerenog djelovanja na društvenim mrežama? • Šta će predstavljati govor mržnje na društvenim mrežama? • Šta je „cyberbully-ing“ na društvenim mrežama i kako se sankcioniše? • Šta je „revenge porn“ u kontekstu društvenih mreža i kako se sankcioniše? • Šta je „sextortion“ na društvenim mrežama i kako se sankcioniše? • Šta su „deepfakes“ u kontekstu društvenih mreža i kako se sankcionišu? • Šta je krađa identiteta na društvenim mrežama i kako se sankcioniše? • Šta učiniti ukoliko se neko predstavlja kao ja ili kao moje privredno društvo na društvenim mrežama? • Šta su „flash mobs“ na društvenim mrežama i kako se sankcionišu? • Šta je „spam“ i zašto nije dozvoljen na društvenim mrežama? • Koje mogu biti implikacije rasizma, šovinizma i drugih oblika grube diskriminacije i neprimjerenog djelovanja na društvenim mrežama? • Kako se vrši „moderiranje“ sadržaja na društvenim mrežama i koje su pravne implikacije? • Šta je pravo slobode izražavanja i zašto je ono bitno na društvenim mrežama? • Da li se pravna pravila mogu koristiti za cenzuru na društvenim mrežama i da li je to uredu? • Šta su SLAPP tužbe i zašto su iste bitne na slobodu izražavanja na društvenim mrežama? Šta su „AD“ klauzule i na koje druge načine se može sprečavati iskazivanje kritike na društvenim mrežama? • Kako se vrši zaštita djece na društvenim mrežama? • Koji su rizici i opasnosti „viralnosti“? Zašto nekada nije dobro postati „viralan“? • Koje su najbolje prakse za velike organizacije i državne organe povodom postavljanja i poslovanja na društvenim mrežama? • Koje su druge etičke, socijalne i pravne implikacije korištenja društvenih mreža?
15.30 –	• Pitanja i odgovori (Q&A) • Zaključna riječ • Kraj edukacije