

CEELI INSTITUTE PRAGUE

ADVANCING THE RULE OF LAW



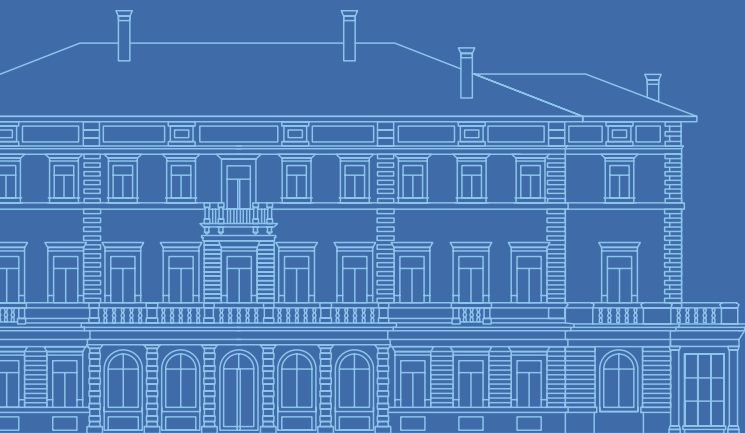
ИЗВЕШТАЈ
СЕЕЛ ИНСТИТУТА

ПРАКТИЧНЕ СМЕРНИЦЕ
ЗА КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ
МЕДИЈА НАМЕЊЕНЕ
СУДИЈАМА: ЦЕНТРАЛНА
И ИСТОЧНА ЕВРОПА

CEELI INSTITUTE PRAGUE

ADVANCING THE RULE OF LAW

CEELI Институт је чешка непрофитна организација са седиштем у Прагу, посвећена развоју и едукацији у оквиру међународне мреже правника и носилаца правосудних функција који раде на унапређењу владавине права. Кроз иновативне програме обуке и друге активности, Институт сарађује са судијама, правницима и представницима цивилног друштва на изградњи друштава заснованих на законима. Институт CEELI поноси се разноврсношћу и квалитетом програма које је осмислио, партнерском разменом коју подстиче, иновативном природом програма и доприносом унапређењу владавине права у земљама у којима она још увек није на жељеном нивоу. Наши напори су фокусирани на стварање независног, транспарентног и ефикасног правосуђа, јачање демократских институција, подстицање напора у борби против корупције, превладавање дубоких неслагања, унапређење људских права и подршку правницима и субјектима цивилног друштва у репресивним окружењима. Институт CEELI смештен је у вили Гребовка у Прагу, историјској згради из деветнаестог века која је сада преуређена у савремени резиденцијални и конференцијски центар.



ИЗВЕШТАЈ СЕЕЛІ ИНСТИТУТА

**ПРАКТИЧНЕ СМЕРНИЦЕ
ЗА КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ
МЕДИЈА НАМЕЊЕНЕ СУДИЈАМА:
ЦЕНТРАЛНА И ИСТОЧНА ЕВРОПА**

Новембар, 2019.

Издавач за Србију
ФОРУМ СУДИЈА СРБИЈЕ, Београд

Copyright CELL INSTITUTE,
Praha, Czech Republic

За Издавача
Небојша Ђуричић
Председник УО

Превод текста
Душан Дакић

Дизајн и техничка припрема
CELL INSTITUTE - Praha

Штампа
СКРИПТА, Београд

Тираж
500

ISBN 978-86-900091-4-5

САДРЖАЈ

Захвалнице	5
Предговор	7
ПРЕГЛЕД ПРЕПОРУКА	9
ПРЕПОРУКЕ СУДИЈАМА ЗА КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА	11
1. Достојно представљајте правосуђе у свим садржајима на друштвеним мрежама	11
2. Никада не коментаришите предмете који су у токуи	13
3. Не користите друштвене медије како бисте истраживали странке	13
4. Водите рачуна о томе кога прихватате за „пријатеље“ и шта и кога „лажујете“	14
5. Избегавајте политичке коментаре и изношење ставова	14
6. Прилагодите и пратите ваше поставке приватности	15
7. Заштитите ваше личне податке	16
8. Едукујте вашу породицу и пријатеље	17
9. Коришћење друштвених медија у едуковању јавности	18
10. Континуирано се едукујте о друштвеним мрежама	18
КРАТКИ САВЕТИ ЗА УПРАВЉАЊЕ ВАШИМ АКТИВНОСТИМА НА ИНТЕРНЕТУ	19
ДОДАТАК I	21
1. Историја друштвених медија	21
2. Дефиниције	21
2.1 Дефиниција друштвених медија	21
2.2 Дефиниција најчешће коришћених друштвених медија	22
2.3 Опасни алати друштвених медија	24
3. Утицај друштвених медија на друштво	26
4. Друштвени медији у политици и јавном животу	26
5. Власници података на интернету	27
6. Питање приватности на друштвеним медијима	28
7. Ризик од злоупотребе	29
8. Примери сигурносних поставки за корисничке налоге на друштвеним мрежама	30
ДОДАТАК II	33
Смернице Удружења судија Чешке	33
ЛИСТА ДРЖАВНИХ И МЕЂУНАРОДНИХ МИШЉЕЊА, ПРАВИЛА И СТАНДАРДА У ВЕЗИ С ДРУШТВЕНИМ МЕДИЈИМА	39

ЗАХВАЛНИЦЕ

CEELI Институт жели да се захвали члановима радне групе при Мрежи за размену судија у централној и источној Европи, који су осмислили и израдили Смернице за коришћење друштвених медија намењене судијама:

*судија Катица Артуковић, Босна и Херцеговина
судија Марела Јевтовић, Босна и Херцеговина
судија Давор Дубравица, Хрватска
судија Домагој Фрнтић, Хрватска
судија Ладислав Дерка, Чешка Република
судија Левенте Симон, Мађарска
судија Миндаугас Шимонис, Литванија
судија Кристи Данилет, Румунија*

Захваљујемо и Ксенији Ренко и Марку Ракару, регионалним стручњацима за комуникацију и односе с јавношћу, Дејвиду Селерсу, службенику за односе с јавношћу, Административна канцеларија америчких судова, Барбори Филд и Фреду Греалу, руководиоцима програма CEELI Институт, и Кетрин Сорел, приправнику у CEELI Институту (Правни факултет Вилиам и Мери) за њихов вредан допринос у изради ових Смерница.

Институт такође захваљује Џудит Макалусо, Џенет Кац и Џејн Махонеу на њиховој непроцењивој помоћи у уређивању овог документа.

Они су на овом документу радили про бопо, те на тај начин пружили подршку раду судија.

Пројекат је омогућен захваљујући подршци Бироа за међународну борбу против наркотика и спровођење закона (ИНЛ) америчког Стејт департамента.

*Превео и прилагодио
Душан Дакић, судија Основног суда у Новом Саду*

ПРЕГОВОР

CEELI Институт од 2000. године обучава и подржава судије у централној и источној Европи. Не изненађује да питање коришћења друштвених мрежа од стране судија постаје све значајнија тема на правосудним догађајима које организује Институт и друге организације у регији. Како је употреба друштвених медија постала свакодневна појава која је део живота већине људи, истраживање етичких ограничења коришћења друштвених медија постало је актуелна брига судија.

Од 2012. године, CEELI Институт ради на јачању Мреже младих судија из централне и источне Европе, уз помоћ фондова Бироа за међународну борбу против наркотика и спровођење закона (ИНЛ) америчког Стејт департмента. Радна група Мреже судија настојала је да детаљно истражи изазове везане за коришћење друштвених медија, како би својим колегама могла дати објашњења и смернице о томе како да користе друштвене медије на начин да избегну замке и етичке проблеме. Уз помоћ стручњака за правосуђе, етику и односе с јавношћу, CEELI Институт је израдио Смернице намењене судијама у којима се објашњава примерено понашање приликом коришћења друштвених медија. Оне обухватају случајеве непримереног понашања на друштвеним мрежама које могу угрозити независност, интегритет и непристрасност судија, поткопати поверење јавности у правосуђе или резултирати дисциплинским поступком против судије.

Овај документ сажима таква размишљања и даје судијама јасан преглед предности и недостатака употребе друштвених медија и нуди препоруке за њихово сигурно коришћење. Ове смернице ће се фокусирати на најпопуларније друштвене платформе попут Фејсбука, Инстаграма и Твитера, које сада користи велики број оних који имају приступ интернету. Међутим, препоруке се односе и на друге друштвене медије као што су Јутјуб, Линктин, Редит и блогове, као и на платформе које ће тек настати.

Постоје добри разлози због којих судије треба да користе или барем буду свесне начина на који друштвени медији функционишу. С једне стране, активност на друштвеним мрежама може довести до етичких питања и изазова. То укључује примереност садржаја које објављују судије, ненамерно исказивање предрасуда или интереса судије кроз његове објаве, као и последице које произлазе из интеракције представника правосуђа с трећим странама. Понашање судија на друштвеним мрежама је видљиво јавности, па стога такве њихове активности могу штетити поверењу јавности у правосуђе. Ставови на друштвеним мрежама такође могу довести у питање непристрасност и правичност судског поступка.

С друге стране, друштвени медији су ефикасно средство за едуковање јавности, делом и зато што допиру до оног дела јавности за који је то једини начин комуникације са правосуђем. Коришћењем друштвених мрежа може се побољшати и перцепција и разумевање јавности о раду судова и носилаца правосудних функција. На крају, друштвени медији имају велику улогу у савременом животу. Бланкетно упутство судијама да се једноставно „држе даље од друштвених мрежа“ није реална опција у садашњем времену. Због тога дајемо основни скуп препорука којима се судије могу водити на друштвеним мрежама.

Овај документ је релевантан како за судије појединце који су активни на друштвеним мрежама, тако и за оне који су одговорни за утврђивање националних стандарда понашања за носиоце правосудних функција укључујући: чланове правосудних већа, председнике судова, чланове удружења судија и све остале чланове професионалне заједнице који регулишу коришћење друштвених мрежа од стране судија.

Важно је нагласити да се ове смернице односе на коришћење друштвених мрежа од стране судија као појединаца и да као такве не третирају посебно коришћење друштвених мрежа од стране судова, министарстава или домаћег правосуђа. Иако ове смернице пружају информације које су релевантне за оне који доносе политике о приступу информацијама о судским системима, институционални приступ коришћењу друштвених мрежа од стране судова и министарстава би се нужно разликовао, узимајући у обзир потребе и циљеве едуковања и информисања јавности о ефикасном приступу и коришћењу судских система, осигуравању транспарентности и поверења јавности у институције и вестима о значајним догађајима.

Приликом израде овог документа, CEELI Институт и Мрежа судија навели су широк спектар материјала и извора информација, укључујући политике друштвених мрежа и препоруке међународних организација. Листа референци дата је на крају овог документа. На крају, напомињемо да су ове смернице замишљене само као усмеравајућа начела и као такве не представљају „најбољу праксу“. Платформе друштвених медија се стално мењају, тако да ће се „најбоља пракса“ наставити убрзано развијати упоредо са развојем платформи.

Пре него што пређемо на сет практичних препорука, важно је нагласити да понашање судија на друштвеним мрежама увек треба да буде у складу са Бангалорским принципима понашања судија и другим постојећим међународним стандардима, као и јединственим националним кодексима судијске етике. Такође, на домаћим правосудним системима је да утврде јасна правила која ће се примењивати у случају да судија не испуњава постављене етичке стандарде.

Кристофер Лехман

Извршни директор, CEELI Институт

¹ БАНГАЛОРСКИ ПРИНЦИПИ СУДИЈСКОГ ПОНАШАЊА

(Бангалорски нацрт кодекса понашања за судије из 2001. године усвојен од стране Радне групе за јачање интегритета судства, ревидиран на округлом столу председника судова одржаном у Палати мира, у Хагу, 25. и 26. новембра 2002. године (https://www.unodc.org/pdf/crime/corruption/ judicial_group/Bangalore_principles.pdf))

ПРЕГЛЕД ПРЕПОРУКА

1. Достојно представљајте правосуђе у СВИМ садржајима на друштвеним мрежама

Увек задржите професионалан тон и будите свесни своје улоге судије, чак и када се ради о објавама у личном контексту. Свако ко ради у правосуђу мора водити рачуна о томе шта пише и објављује на мрежи, било путем и-маила, смс порука или постова на друштвеним мрежама, јер је дигитални садржај лако и широко доступан и може утицати на ваш рад на различите начине.

2. Никада не коментаришите предмете који су у току

У складу са Бангалорским принципима коментарисање пресуда или предмета који су у току посебно је осетљиво, јер може изазвати сумњу у непристрасност и објективност судија и судског система.

3. Не користите друштвене медије како бисте истраживали странке

Судије морају узети у обзир само доказе које су изнеле странке и све чињенице које су на прописан начин предочене суду. Судије не би требале самостално да истражују чињенице у предмету на начин другачији од оног предвиђеног законом.

4. Водите рачуна о томе кога прихватате за „пријатеље” и шта и кога „лајкујете”

Када склапају пријатељство са неким на друштвеним мрежама или лајкују одређене објаве, носиоци правосудних функција морају водити рачуна да не угрозе своју неутралност. Интеракција на друштвеним мрежама може створити перцепцију пристрасности, чак и ако она не постоји.

5. Избегавајте политичке коментаре и изношење ставова

Судије треба да се уздрже од политичких расправа и изношења својих политичких ставова у јавности.

6. Прилагодите и пратите ваше поставке приватности

Редовно прегледајте своје присуство на мрежи и по потреби прилагодите поставке приватности.

7. Заштитите ваше личне податке

Добро размислите пре него што објавите било какве личне податке. Једном када објавите личне податке на Фејсбуку или било којој другој друштвеној мрежи, тешко ћете моћи задржати њихову приватност. Такви лични подаци остају трајно присутни и могуће је увек до њих доћи, дистрибуирати их или штампати, чак и годинама након слања или објављивања на мрежи.

8. Едукујте вашу породицу и пријатеље

Разговарајте са породицом и пријатељима како бисте били сигурни да и они разумеју осетљивост посла којим се бавите и потенцијалне последице њихових поступака на мрежи уколико обелодане личне податке или фотографије које би могле бити повезане са вашим профилем.

9. Коришћење друштвених медија у едуковању јавности

Платформе друштвених медија могу се користити као позитивно средство за ангажовање и едукацију јавности, промовисање транспарентности, заговарање, објашњење важности рада правосуђа и пружање информација о активностима правосудних институција. Многе судије широм централне и источне Европе, али и шире, успешно користе друштвене мреже у ту сврху.

10. Континуирано се едукујте о друштвеним мрежама

Друштвене мреже ће и даље бити присутне, те су континуирано образовање и обука о употреби друштвених мрежа од пресудног значаја. Између осталог, судије морају бити упознате са функционисањем друштвених мрежа јер ће питања у вези са њиховим кориштењем постајати све релевантнија у предметима који су пред њима.

ПРЕПОРУКЕ СУДИЈАМА ЗА КОРИШЋЕЊЕ ДРУШТВЕНИХ МЕДИЈА

1. Достојно представљајте правосуђе у СВИМ садржајима на друштвеним мрежама

Танка линија између јавног и приватног живота једна је од карактеристика интеракције на друштвеним мрежама. Неформално дружење са породицом и пријатељима постало је део јавне сфере, посебно када се фотографије и коментари поставе на интернет. За разлику од имејл порука које размењују две особе, много је теже контролисати комуникацију у окружењима друштвених мрежа јер су оне више отворене према јавности. Свако ко ради у правосуђу мора водити рачуна о томе шта пише и објављује на мрежи, било путем имејла, СМС порука или објава на друштвеним мрежама, јер је дигитални садржај лако и широко доступан и може утицати на њихов рад на различите начине.

- Судије треба да одреде да ли ће се на друштвеним мрежама појављивати и да ли ће се њима користити у професионалне или личне сврхе.
 - Да ли желите да се увежете на професионалном плану и дате свој стручни осврт? Поједине судије у томе успевају, другима то баш и не полази за руком.
 - Да ли желите да објавите коју функцију обављате у правосуђу? Да ли у том случају постоји упутство ваше институције о томе на који начин да представите вашу професионалну улогу?
 - Да ли ћете друштвене медије користити искључиво у личне сврхе да бисте били у некој неформалној, личној вези са породицом и пријатељима?
 - Или желите само да пасивно учествујете на друштвеној мрежи као посматрач који не објављује никакве садржаје (укључујући и коментаре о прошлости других чланова те мреже)?
- Одлучите како ћете се представити на свом профилу. Не ради се само о утиску који остављате, већ и о потенцијалним далекосежним последицама ваших активности.
 - Да ли ћете се појављивати под правим именом или псеудонимом? Имајте на уму да неке мреже не дозвољавају псеудониме, па се њихова употреба сматра кршењем прописаних услова (Фејсбук, на пример, захтева од корисника да креирају налог користећи своје право име). Такође, ако ваш псеудоним касније буде откривен, то може наштетити вашој репутацији.
 - Да ли ћете користи властиту фотографију или слику цвета, животиње или карикатуру? Будите пажљиви при одабиру. Док вас лична фотографија излаже могућности да будете лако препознати, ту је случај хрватског судије који је као профилну слику на Фејсбуку користио лик из цртаног филма, а адвокат који је представљао једну од страна у кривичном поступку затражио је разрешење судије, јер је сматрао да је таква профилна слика непримерена.

- Задржите професионалан тон. Јасно назначите да лична мишљења која сте објавили не одражавају ставове институције у којој радите, нити су на било који начин повезана са предметима у којима поступате. Чак и одрицање од одговорности можда неће бити довољно да осигура да ваше изјаве буду схваћене као одраз вашег службеног става. Можете претпоставити да ће се, уколико испред вашег имена ставите функцију „судија“ или „тужилац“, ваше објаве сматрати вашим званичним ставом и ставом институције у којој радите.
- Ако су ваши постови посвећени подизању свести о правним питањима, одлучите да ли ћете користити исте канале комуникације за приватне објаве, укључујући коментаре или слике о спорту, уметничким догађајима, политици, друштвеним трендовима и породичним догађајима. Мешање професионалног и личног може бити збуњујуће за оне који вас прате на друштвеним мрежама, али такође може и помоћи у обликовању слике вас као „стварне особе“, а не као неког удаљеног симбола правосудног система, наизглед недодирљивог за остале чланове друштва у ком живите.
- Избегавајте постављање приватних објава током радног времена, јер на свакој објави стоји време објављивања. Уколико судија време током радног дана проводи на друштвеним мрежама, уместо на радним задацима, излаже се томе да постане мета критика.
- Понашање и интеракције које се сматрају непримереним и које се не би толерисале нити препоручиле ни у стварним ситуацијама не препоручују се ни у виртуелном свету, чак ни у приватној комуникацији путем Фејсбук месинџера или других канала директне комуникације. Сва дигитална комуникација се може лако сачувати и поделити.
- Судије би требале да избегавају било какве непримерене или непристојне изразе и вулгарности, сатиричне изразе, сарказам или ирониичну критику, које могу довести до нарушавања интегритета судије. Као што се наводи у Препоруци Удружења судија Чешке (Додатак II), објаве (постови) судија на друштвеним мрежама треба да чувају достојанство судијске функције и не би смели да доводе до критика у вези са непристрасношћу и независношћу судије. Негативна перцепција може наштетити не само судији као појединцу већ и целој судијској заједници.
- Фотографије и коментари на Фејсбуку или другим друштвеним мрежама, укључујући апликације за упознавање, требало би да буду одмерени и пристојни. Најсигурније је држати се само постављања оних објава, мишљења или фотографија које би могле бити и на насловници угледних дневних новина или емитоване у ударном термину на националној телевизији!²

² Ксенија Ренко, стручњак за комуникације, Јупитер Стратеџик Комуникације, Запажања на представљању Глобалне мреже за интегритет у правосудју, Беч, Април 2018.

2. Никада не коментаришите поступке који су у току

Следећи Бангалорски принцип³ се односи на све форме комуникације, укључујући друштвене медије: „Судија неће свесно, у току поступка или у предмету у којем би могао поступати, давати коментаре за које се може оправдано очекивати да ће утицати на исход таквог поступка или нарушити манифестовану праведност поступка. Такође, судија не сме јавно или на други начин давати коментаре који би могли утицати на праведност поступка у односу на било коју особу или питање“.

- Коментарисање пресуда или предмета који су у току посебно је осетљиво, јер може изазвати сумњу у непристрасност и објективност судија и судског система.
- Ако снимате фотографију како бисте је објавили на друштвеним мрежама, имајте на уму да савремене камере бележе много више детаља него што је то видљиво голим оком на вашем мобилном телефону. Већина друштвених мрежа омогућава преузимање било које постављене фотографије, што олакшава зумирање и преглед детаља, укључујући и документе на вашем столу, имена из приватних датотека у вашој канцеларији и друге идентификационе податке. Чак и ако немате намеру да откријете поверљиве информације из предмета, постоји могућност да до тога дође преко фотографије коју сте објавили.

3. Не користите друштвене медије како бисте истраживали странке

Судије не би требале самостално да истражују чињенице у предмету на начин другачији од оног предвиђеног законом. Ово правило се примењује и на информације доступне у свим медијима, укључујући и електронске.

- Судије морају узети у обзир само доказе које су изнеле странке и све чињенице које су на прописан начин предочене суду.
- Судије треба да се суздрже од истраживања било каквих додатних информација на друштвеним мрежама о странкама или адвокатима у предметима у којима поступају.
- Имајте на уму да поједине друштвене платформе, попут Линктина, омогућавају кориснику да види ко је прегледао његов профил. Немојте полазити од тога да друштвене мреже можете користити анонимно.
- Ако вам неко пошаље приватну поруку путем друштвених мрежа или на ваш званични имејл, посебно ако тренутно поступате у предмету те особе, требало би да упозорите пошиљаоца да таква комуникација није дозвољена. Такође, надлежне органе одмах обавестити да је дошло до такве комуникације. Препорука је да се приложи одговарајућа документација и суздржи од даље комуникације са том особом. На тај начин ћете заштитити свој интегритет и углед правосудне институције.

³ БАНГАЛОРСКИ ПРИНЦИПИ СУДИЈСКОГ ПОНАШАЊА, види фусноту 1.

4. Водите рачуна о томе кога прихватате за „пријатеље“ и шта и кога „лајкујете“

Одређена комуникација путем друштвених медија може створити нежељени однос између правосуђа и треће стране. И даље се расправља да ли судије треба да буду „пријатељи“ са адвокатима, тужиоцима или заступницима странака. Прихватајући и проглашавајући некога за пријатеља на друштвеним мрежама, то не значи да је судија ту особу упознао и у стварном животу, нити да између њих постоји неки дубљи однос. Ипак, носиоци правосудних функција треба да поведу рачуна о томе да не угрозе своју неутралност, и да интеракција на друштвеним мрежама може створити перцепцију пристрасности, чак и ако она не постоји.⁴

- Генерално, судије би требале бити опрезне и селективне у одабиру „пријатеља“ на Фејсбуку. У већини случајева, судије не би требало да буду пријатељи са адвокатима, полицајцима или другим странама које се редовно појављују пред судијом на суду. Међутим, то што судија има „пријатеље“ на Фејсбуку није посебан проблем све док им не дозволи да врше било какав утицај. Ако се неко са ким сте пријатељ на друштвеним мрежама појави у неком предмету, препорука је да о томе направите службену белешку.
- Будите посебно пажљиви када лајкујете или пратите одређену политичку групу, верску групу, медијске садржаје или друге Фејсбук странице које могу да створе негативну перцепцију јавности о вашој независности. Организације, институције и људи које лајкујете или пратите су видљиви јавности.
- У сваком случају, избегавајте „лајковање“ или „праћење“ непримерених страница које промовишу расизам, мржњу, хомофобију, нетрпељивост, нетолеранцију или било какве предрасуде.

5. Избегавајте политичке коментаре и изношење ставова

Судија увек мора водити рачуна о томе да коментари на друштвеним мрежама или другде, укључујући и јавно изговорену реч, не угрозе достојанство судијске функције. Ако се његова репутација доведе у питање, нарушава се поверење јавности у правосудни систем и лична непристрасност и независност.

- По правилу, судија не сме јавно, на било којој платформи друштвених медија, да износи своје политичке ставове, осим о питањима везаним за правосуђе. Тако нешто може довести до ризика и приговора пристрасности, посебно ако би судија требао да одлучује о стварима везаним за неку политичку странку, покрет или политичко питање.
- Такође, саветује се уздржавање од политичких дебата. Ако судија учествује у размени политичких мишљења на платформама друштвених медија, чак и као неутрална страна, његова објективност постаје упитна, ако се доведе у везу са тим разговором, што потом и директно и индиректно доводи у питање објективност читавог правосудног система.

⁴ Мишљење Саветодавног одбора за судску етику у Јужној Каролини, Кентакију и Охају

6. Прилагодите и пратите ваше поставке приватности

Свака друштвена мрежа има своју политику приступа објављеном садржају, и пре њиховог коришћења треба се упознати са овим правилима, као и правилима осталих интернет сервиса, попут блога или имејла.

- Сваки пут када нешто објавите на мрежи, најбоље је поћи од тога да то свако може видети, јер не можете знати да ли су други то већ поделили са својим пријатељима унутар или изван мреже. Потпуно је изван ваше контроле да ли ће и када и у ком контексту ваш пост бити објављен негде на интернету. Када избришете пост, он више неће бити видљив вама или вашим пријатељима на друштвеној мрежи, али треба поћи од претпоставке да он и даље постоји негде на мрежи или се и даље може појавити у мрежним претраживањима.
- На Фејсбуку су све објаве ограничене на чланове мреже с могућношћу да одредите ниво видљивости ваших објава: „јавно“, „само пријатељи“, „пријатељи изузев“ или „само једна особа“. Ако су ваши постови на Фејсбуку у почетку означени као „јавни“ или доступни свим члановима мреже, а у одређеном тренутку одлучите да промените статус својих порука у „приватне“, та промена статуса ће се примењивати само на ваше постове од тог тренутка. Претходни постови и коментари и даље ће бити доступни свима на мрежи. Такође, имајте на уму да се правила Фејсбука о садржају и поставкама приватности могу променити у било ком тренутку. Исто важи и за друге платформе.
- На Твитеру су све поруке јавно доступне и онима који нису чланови те мреже, а твит се може копирати и делити имејлом или на други начин без знања особе која је написала твит. Твит можете избрисати, али нико вам не гарантује да га неко није сачувао или снимио.
- Саветујемо вам да редовно претражујете своје име помоћу најчешће коришћених интернет претраживача. Када вршите претрагу, моћи ћете да пронађете интернет постове, чланке и слике повезане са вашим именом; можете видети да ли сте објавили нешто што је још увек видљиво или вас је неко други споменуо у оквиру неке теме⁵.
- Треба бисте повремено претражити и различите платформе да бисте утврдили имате ли имате лажне профиле. Ако неко користи ваше име како би се лажно представљао или објављује нетачне податке о вама, пријавите те профиле на контакт адресу пружаоца услуга друштвених мрежа на којима се профил појављује.
- Ако користите псеудониме да не бисте били идентификовани, то вам не гарантује да ћете остати анонимни. Десио се случај када је судија из Грчке на свом блогу под псеудонимом објавила расистички коментар, али је њен идентитет убрзо откривен.

⁵ Удружење судија Чешке, Етичка ограничења активности судија на друштвеним мрежама, 2017

7. Заштитите ваше личне податке

Једном када објавите личне податке на Фејсбуку или било којој другој друштвеној мрежи, тешко ћете моћи задржати њихову приватност. Такви лични подаци остају трајно присутни и могуће је увек доћи до њих, дистрибуирати их или штампати и годинама након слања или објављивања на мрежи.

- Отварање профила на друштвеној мрежи подразумева попуњавање основних података о себи, првенствено вашег имена и имејл адресе. Сви друштвени медији имају своја правила за тражене информације, која могу укључивати биографске податке, пол, старост и друге основне идентификаторе. Већина друштвених медија, такође омогућава и уношење необавезних личних и професионалних детаља.
- Добро размислите при него што објавите било какве личне податке, укључујући вашу кућну адресу, породичне слике или информације о школи коју похађају ваша деца
- Подешавање налога за имејл или друштвене медије на било којој друштвеној мрежи укључује и одабир корисничког имена и лозинке. Квалитет одабране лозинке је пресудан за очување интегритета ваше комуникације. Када бирате лозинку, избегавајте уобичајене речи из речника, карактеристичне бројеве као што су година или датум рођења, поштански број, или број телефона. Никада не користите исте лозинке за приступ различитим интернет услугама; када користите исту лозинку за осигурање налога, ако открију лозинку на једном од налога, то ће нападачима олакшати да лакше злоупотребе оба ваша налога. Избегавајте да записујте своје лозинке, посебно на самолепљиве папириће које постављате на видљива места. Будући да није лако запамтити велики број различитих лозинки, у обзир можете узети следеће примере:
 - Користите почетак стиха песме, пословице или риме коју знате напамет.
 - Додајте израз који ћете лако памтити и који нема садржај / асоцијативне везе, нешто потпуно ван контекста.
 - Комбинујте велика и мала слова.
 - Додајте бројеве.
 - Додајте специјалне карактере (# & / \$ %).
- Ако је доступна, размислите о коришћењу двофакторске аутентификације (која се такође назива 2ФА или „двофакторска аутентификација“). Већина услуга на друштвеним мрежама данас их користи како би се корисницима омогућио сигуран приступ. Поред коришћења лозинке можете користити и додатни код (број или комбинацију бројева и слова). Најчешћи начин је да се код пошаље СМС-ом на ваш мобилни телефон. Ако користите 2ФА СМС, нека вам СИМ картица увек буде заштићена ПИН кодом. Будући да су телефони, а нарочито СИМ картице све више мета напада, препоручује се одабир другог начина генерисања додатног кода за додатну верификацију идентитета.

- Избегавајте употребу јавних уређаја, попут рачунара на аеродромским терминалима или рецепцијима хотела. Ако морате да користите такве уређаје, увек се одјавите након коришћења интернет услуга. Чак и ако користите властите уређаје, укључујући лаптоп или мобилни телефон, препоручљиво је да се одјавите и затворите интернет претраживач. У идеалном случају, избегавајте употребу уређаја које не можете да контролишете, посебно за приступ било ком свом налогу за имејл, пословање и банкарство или друштвене мреже.
- Службене имејл адресе користе се искључиво за службену преписку и у пословне сврхе. За приватну комуникацију са породицом и пријатељима и за личне послове треба користити приватни имаил.
- Иако је све већи број имејл порука које се преносе шифрирано између сервера, требали бисте увек претпоставити да је садржај ваше имејл поруке доступан и другима. Ово се посебно односи на имејл упућен на званичне или пословне имејл налоге.

8. Едукујте вашу породицу и пријатеље

Судије треба да буду свесне да чак и када нису присутне на друштвеним мрежама, чланови њихових породица или пријатељи могу делити слике или информације повезане са њима које се могу злоупотребити или изманипулисати како би се извршио утицај на судију.

- Чланови породице и пријатељи требали би поштовати границе и водити рачуна о томе да не угрозе вашу професионалну непристрасност, интегритет или достојанство путем сопствених налога на друштвеним медијима и присуства на мрежи.
- Разговарајте са њима како бисте били сигурни да они схватају осетљивост функције коју обављате у правосуђу и потенцијалних последица њихових поступака на мрежи.
- Затражите од њих да не откривају никакве личне податке попут адресе, фотографија са одмора или било које друге информације које би се могле злоупотребити.

9. Коришћење друштвених медија у едуковању јавности

До сада смо се само бавили препорукама о томе шта не треба радити на друштвеним медијима. Коришћење ових алата и присуство на мрежама доноси и бројне добробити, посебно за судије.

- Друштвени медији су одлично средство за ангажовање јавности, побољшање транспарентности, заговарање или објашњење важности рада правосуђа и пружање информација о активностима правосудних институција. Многе судије широм централне и источне Европе, али и шире, успешно користе друштвене мреже у ту сврху.

- Ако користите друштvene медије као образовно средство, будите свесни да постоји могућност да тролови⁶ (види Додатак за дефиницију) извргну руглу све што говорите или урадите. Интеракција с интернетским тролом ретко доноси корист, а често ће резултирати дискусијом која нигде не води. Да бисте се изборили са троловима⁷, свакако их можете игнорисати или поставити своје личне границе према врстама коментара које ћете прихватити или допустити на платформама друштвених медија које користите.
- Платформе друштвених медија такође могу користити и групе или удружења, а не само појединци. На пример, Удружење судија може да одлучи да отвори односно успостави уређену страницу друштвених медија.

10. Континуирано се едукујте о друштвеним мрежама

Друштvene мреже ће и даље бити присутне, те су континуирано образовање и обука о употреби друштвених мрежа од пресудног значаја. Судије треба да буду у току са савременим технолошким достигнућима, едукују се о њиховим функцијама и разумеју контекст у коме настају одређени технолошки спорови. Имајте на уму да ће се платформе и правила којима се регулише њихова употреба и даље често мењати.

- Континуирано образовање и обука о употреби друштвених мрежа су од пресудног значаја. Између осталог, судије морају бити упознате са функционисањем друштвених мрежа јер ће питања у вези са њиховим коришћењем постајати све релевантнија у поступцима у којима поступају. Добро познавање окружења од стране судије, укључујући међусобну повезаност технологије, друштвених медија и закона, повећаће поверење јавности и легитимитет правосудних институција и праксе у очима јавности.
- Правила ће се током времена и даље развијати. Увек поступајте опрезно и покушавајте се придржавати кодекса понашања и домаћих и међународних прописа, као што су Бангалорски принципи.

⁶ 10 Tips to Dealing With Trolls, Jonh Rumpton, 2015, <https://www.forbes.com/sites/johnrampton/2015/04/09/10-tips-to-dealing-with-trolls/#14d484c54f42>

⁷ Tips for Dealing with Internet Trolls and Haters in Business, Carol Roth, <https://www.carolroth.com/blog/tips-for-dealing-with-internet-trolls-and-haters-in-business/>

КРАТКИ САВЕТИ ЗА УПРАВЉАЊЕ ВАШИМ АКТИВНОСТИМА НА ИНТЕРНЕТУ

Судије или носиоци других правосудних функција имају већу одговорност када је у питању придржавање препорука за коришћење нових комуникационих технологија него што је то случај са просечним корисницима. Надамо се да ће вам ове препоруке помоћи да избегнете неке од најчешћих грешака.

Интернет омогућава излаз у спољни свет и отвара простор за већу професионалну продуктивност, већу проминентност, опсег и ангажман широм света. Међутим, ваше активности на мрежи нису само технички канал за комуникацију у професионалном или приватном сектору, већ су одраз ваше свеукупне личности и размишљања. Неопходно је разумети специфичности овог окружења како бисте их могли обухватити постојећим правилима понашања и етике. Таква интеграција осигурава вашу сигурност, како на интернету тако и у стварном свету.

Када се одлучујете за коришћење интернет услуга, придржавајте се следећих препорука:

- ▶ Мудро бирајте пружаоца интернет услуга имајући у виду сврху ваших активности. Да ли су ваше активности професионалне или приватне или обоје?
- ▶ Имајте на уму да садржај који уносите (од алфанумеричких података, до фотографија и видео записа) са свог уређаја није доступан само на том одређеном уређају, већ и самом оператору, а потенцијално и осталим корисницима исте услуге.
- ▶ Брисање унесеног садржаја или било које друге објаве не значи да ови подаци нису трајно доступни другима, нити да ваш пружалац интернет услуга или неки други корисник не може доћи до њих у њиховом изворном или измењеном облику.
- ▶ Упознајте основне карактеристике пружалаца интернет услуга које ћете користити и имајте на уму опште препоруке вашег пружаоца интернет услуга.
- ▶ Када отварате кориснички профил (имејл или профил на друштвеној мрежи):
 - Изаберите име на вашем профилу које не мора бити идентично вашем корисничком имену. Ово је важно за ваш (професионални и приватни) идентитет на интернету. Запамтите да чак и ако користите псеудониме, морате се придржавати свих етичких стандарда који се односе на вашу професију.
 - Користите јединствене аутентичне податке.
 - Изаберите висококвалитетну лозинку која је сигурна (користите мала и велика слова, бројеве, посебне знакове) и ону коју ћете лако запамтити.
 - Прочитајте све сигурносне поруке од вашег интернет оператора и потврдите их тек када будете сигурни да су аутентичне.

- ▶ Обавестите свог пружаоца интернет услуга ако видите да нешто што није у складу са вашим идентитетом на интернету или са вашим профилем.
- ▶ С колегама из суда или људима из приватне сфере комуницирајте на исти начин као што бисте то радили у свакодневном животу. Сачекајте и размислите о предностима и недостацима пре него што пошаљете било какву јавну или приватну поруку.
- ▶ Уздржите се од коментара о мишљењима и расправама других учесника, посебно ако приметите да те дискусије прелазе границу прихватљивог. Постарајте се да вас јавност види као цењену особу када је у питању комуникација
- ▶ Пре него што се придружите расправи о некој актуелној теми, уверите се да је аутентична и да су вам познате све релевантне чињенице. Имајте на уму да ће ваши коментари увек бити важан допринос свакој дискусији.
- ▶ Понављамо: Размислите пре него што објавите!
- ▶ Обратите посебну пажњу на комуникацију коју водите на мрежи са колегама и потенцијалним или тренутним клијентима. Интернет комуникација и даље подлеже истим правилима и прописима као и комуникација у стварном свету. Ако приметите да је нека комуникација неприкладна, прекините је и обавестите некога о проблему. На пример, инцидент везан за непримерену комуникацију можете пријавити путем опције за пријављивање проблема на друштвеној мрежи или пружаоцу интернет услуга.
- ▶ Ограничите коришћење интернета током радног дана како бисте избегли потенцијални негативни утицај на ваш рад и на ваш приватни живот.
- ▶ Циљ је да контролишете на који начин користите нове технологије, а да не ограничавате ваше учешће у друштвеним комуникацијама, те да их користите на најефикаснији и најпозитивнији могући начин.

ДОДАТАК I

1. Историја друштвених медија

Ране друштвене мреже попут АОЛ Чет Румс, ЛајвЏрнал и Мајспејса појавиле су се крајем 1990-их. Након њих су се развијале и тренутно најпопуларније друштвене веб-странице су: Фејсбук, Твитер, Линктин, Инстаграм, Снепчет, Јутјуб, Гугл+, Вичет, Пинтерест, Тамблер, Вибер, Вотсап, Википедија, Редит, Вконтакте у Русији, Веибо у Кини и друге. Највећи подстицај коришћењу друштвених медија стигао је увођењем паметних телефона који омогућавају милионима корисника да се свакодневно с лакоћом повезују, а од самог почетка развоја друштвених медија, корисници интернета континуирано повећавају количину времена проведеног на веб-страницама друштвених медија. Предности суделовања у друштвеним медијима прошириле су се и изван једноставног дељења садржаја на друштвеним мрежама. Корисници се сада фокусирају на изградњу репутације, проширивању пословних прилика и прилика за каријеру, те остваривању прихода. До средине 2018. године, глобална популација је бројала око 7,6 милијарди људи, а 4,3 милијарде људи имају приступ интернету. Тренутно преко 3 милијарде људи користи барем једну друштвену мрежу. Данас се друштвени медији састоје од хиљада друштвених платформи. Иако су неке платформе друштвених медија популарније од других, свака платформа нуди нешто другачије. Примера ради: Инстаграм пружа задовољство људима путем фотографије, а они који користе Инстаграм обично су млађи од тридесет пет година. Људи старији од тридесет пет година вероватније ће користити Фејсбук да би поделили своја лична искуства и да се повежу са људима из свог друштвеног круга и шире. Твитер је савршен за оне који желе комуницирати кратким порукама од 280 знакова или мање.

Само Фејсбук има преко 2 милијарде корисника. Остали друштвени медији циљају кориснике из одређених земаља или подручја с језиком сличношћу те имају знатно мањи број корисника, али значајнији утицај на локално окружење и становништво које их користи. На пример, руска друштвена мрежа Вконтакте (ВК) има 477 милиона корисника из руског говорног света, док најпопуларнија кинеска друштвена мрежа Веибо има преко 500 милиона корисника. Постоје стотине других друштвених мрежа које повезују кориснике заинтересоване за одређене теме и подручја од интереса; иако мање популарне у погледу коришћења и друштвеног утицаја, оне су и даље корисне и важне.

2. Дефиниције

2.1 Дефиниција друштвених медија

Иако су друштвени медији променили индивидуалну и колективну комуникацију, она се у много чему разликује од комуникације и медија у штампаном облику (нпр. часописа и новина) или од традиционалних електронских медија (попут телевизије). Те разлике укључују: квалитет, домет, учесталост, употребљивост, непосредност и учинак. Друштвени медији имају много извора садржаја и много прималаца односно корисника тог садржаја, док традиционални медији попут радија или новина имају само један извор а много прималаца. Највећа разлика између традиционалних и друштвених медија је та што друштвени медији допуштају свакоме да креира и дели властити садржај, било да је реч о блогу, слици, видеу или ажурирању статуса. А због утицаја и досега интернета,

профилу на друштвеним медијима, блогу или Јутјуб каналу може се лакше приступити него што је то случај с традиционалним медијима у неким земљама.

Википедија дефинише друштвене медије као: „обиље нових извора онлајн информација које се стварају, иницирају, циркулишу и користе од стране потрошача с намером да међусобно размењују информације о производима, маркама, услугама, особеностима и специфичностима. Такође се напомиње да „Корисници обично приступају услугама друштвених медија путем интернет технологија користећи се рачунарима, таблетима или паметним телефонима. Када се баве овим услугама, корисници могу креирати врло интерактивне платформе преко којих појединци, заједнице и организације могу делити, заједно креирати, дискутовати и мењати садржај који корисник генерише или унапред припреми и објави на мрежи”.⁸

2.2. Дефиниција најчешће коришћених друштвених медија

Следећи друштвени медији су посебно популарни у средњој и источној Европи:

Фејсбук: је популарна, бесплатна друштвена мрежа која регистрованим корисницима омогућава креирање профила, учитавање фотографија и видео записа, слање порука и одржавање контакта са пријатељима, породицом и колегама. Фејсбук се стално развија и тренутно је доступан на више од 37 различитих језика. Нуди јавне садржаје као што су:

- Маркетплејс - омогућава члановима да објављују, читају и одговарају на класификоване/одабране огласе
- Групе - омогућава члановима који имају заједничке интересе да пронађу једни друге и комуницирају.
- Догађаји - омогућава члановима да објаве догађај, позову госте и прате ко планира да присуствује.
- Странице - омогућава члановима да креирају и промовишу јавну страницу која се тиче одређене теме.

Сваки индивидуални корисник може уредити поставке приватности и видљивост (или невидљивост) своје Фејсбук странице и објаве. Све интеракције објављују се у фиду вести који се у стварном времену дистрибуира пријатељима чланова.⁹ Фејсбук омогућава различите опције које корисници могу користити за одговор на постове. У складу с корисничким поставкама приватности, други могу видети шта вам се свиђа или на други начин одговорити на то. Ово је питање врло важно када се разматрају могући сукоби интереса.

Инстаграм: Инстаграм је друштвена мрежа (у власништву Фејсбука) за објављивање фотографија и видео записа. Инстаграм има могућност примене великог броја фото-филтера како би фотографије изгледале професионалније. Корисници могу кликнути

⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

⁹ Pedagogy of Social Sciences, MANGAL, S. K., MANGAL, UMA, PHI Learning Pvt Ltd., 2018

свиђа ми се и коментарисати објаве других корисника и могу синхронизовати објављену фотографију на Инстаграму тако да је одмах учитају у Твитер фид и / или Фејсбук профил корисника. На основу броја корисника (којих је било милијарда до јуна 2019.), Инстаграм је позициониран као једна од најпопуларнијих друштвених мрежа.¹⁰

Линктин: Линктин је друштвена мрежа намењена професионалцима да представе своје личне пословне профиле. Омогућава вам постављање профила који презентује ваше образовање, стручне квалификације и чланство у професионалним групама и удружењима. Линктин профили у основи су професионална биографија која пословним сарадницима корисника омогућава увид у тренутно запослење корисника и контакт податке. Корисници Линктина могу изградити мрежу професионалних контаката с другим људима из свог радног окружења. Корисници могу постати чланови различитих Линктин професионалних / тематских група, које служе као платформа за размену мишљења о различитим стручним питањима.

Тиндер: Ниједна расправа о друштвеним медијима не би била потпуна без осврта на апликације за дружење, јер их често користе и судије. Једна од најпопуларнијих апликација тренутно је Тиндер - мобилна апликација за упознавање која се базира на локацији и која омогућава корисницима да креирају свој профил, објаве слику и додају опис. Након што креирају свој профил, корисници могу лајковати (прелазећи преко заслона прстом у десно) или не лајковати (прелазећи преко заслона прстом улево) другим корисницима. Такође, омогућава корисницима да разговарају ако се оба корисника међусобно лајкују у апликацији. Информације доступне корисницима заснивају се на преузетим сликама и на краткој биографији коју корисници напишу. Иако није наша намера саветовати судије или регулисати њихову употребу ове и других апликације за упознавање, треба имати у виду да оне представљају још један облик друштвеног умрежавања. Постоји и много других апликација за упознавање, укључујући Меч.ком, Баду, Грајндер и Бамбл, али чини се да је Тиндер најпопуларнији. Судије требају бити посебно опрезни и промишљени у погледу информација које дају о себи и фотографија које постављају на овим платформама.

Твитер: Твитер је друштвени медиј за објаве порука до 280 слова и бројева. Омогућава и постављање фотографија и линкова на друге странице и примање порука од пратилаца. Популарна опција Твитера је 'ритвитинг' или поновно постављање 'твита' другог корисника. 'Хештегс' се може користити за праћење колико је људи 'твитовало' или објављивало одређену тему, а Твитер наводи најпопуларније теме дана као 'Трендинг Топикс'. У неким земљама Твитер важи за мрежу путем које се брже прикупљају информације. Твитер се такође у скорије време користио као алат за организацију бројних високих друштвених и политичких догађаја широм свијета.

2.3. Опасни алати друштвених медија

Друштвени медији могу бити подложни широком спектру злоупотреба и манипулација. Неке од ових слабости су:

Сајборз: Сајборзи су, у контексту друштвених медија, или људи потпомугнути ботовима или бот потпомугнут људима. Конкретан пример сајборга у контексту друштвених

¹⁰ The Psychology Behind Why Instagram Is So Addictive, Drake Baer, 2014, <https://www.businessinsider.com/psychology-of-why-instagram-is-addictive-2014-11>

медија је људско биће које региструје кориснички налог за који постави аутоматизоване програме за објаве, као што су твитови, за време свог одсуства. С времена на време, човек суделује, твитује и комуницира с пријатељима.¹¹ Сајборзи се разликују од ботова, јер ботови користе аутоматизацију, док сајборзи имају особине и људског и аутоматизираног понашања. Нажалост, сајборзи нуде јединствене могућности за ширење лажних вести. Док се сајборг покушава представити као човек, што укључује број пријатеља или следбеника који изгледа реалан, и даље многи од ових корисничких налога користе 'фарме пријатеља' за прикупљање великог броја пријатеља у кратком временском периоду.

Лажне вести: Лажне вести и пропаганда су стари колико и човечанство. Међутим, с јавним приступом интернету и брзом разменом информација на друштвеним мрежама то је недвосмислено постало опасније. Постоји пет категорија које се заједничким именом називају 'лажне вести'.¹² Лажне вести могу бити дезинформације или погрешне информације. Без обзира на то, сви имају врло лабаву везу с истином и у основи им је константна намера да обмањују. У наставку су примери форми у којима се лажне вести јављају:

- Збуњујуће вести које су полуистините, али коришћење у погрешном контексту, а које су изведене из селективно изабраних стварних чињеница како би се нашле у новинским насловима те имају тенденцију да погрешно тумаче чињенице неког догађаја.
- „Аљкаво извештавање“ које садржи зрнце истине, али није у потпуности проверено, а које се затим користи за подршку одређеног става или погледа.
- Збуњујуће вести које се не темеље на чињеницама, али које подржавају актуелну причу. То укључује вести које немају упориште у чињеницама, често тамо где се идеологије или мишљења сукобљавају и где се појављује несвесна пристраност. Теорије завере углавном спадају овде.
- Намерно обмањујуће вести које су намерно измишљене да би се зарађивало путем броја кликова, да би се изазвала конфузија или незадовољство или у сврху сензационалистичке пропаганде. Те се приче обично дистрибуирају путем лажних веб-страница које су дизајниране да изгледају попут 'правих' брендова или путем веб-страница с лажним вестима. Често користе видео и графичке слике којима се на неки начин манипулише.

Лажне вести често се користе за дискредитацију политичких или пословних противника. Једну лажну вест објавила је веб-страница креирана да подсећа на АБЦ Њуз непосредно пре председничких избора 2016. године, под насловом, „Обама потписује извршни налог којим се забрањује полагање свечане заклетве у школама широм земље“. У само два месеца ова 'вест' је имала више од 2,1 милион дељења, коментара и реакција.

¹¹ Detecting Automation of Twitter Accounts: Are You a Human, Bot, or Cyborg? Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2012). IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing, 9(6), 811-824. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6280553>

¹² Извор: 5 Types of 'Fake News' and Why They Matter, Nicola Watts, <https://web.smu.edu.sg/spring/5-types-of-fake-news-and-why-they-matter/>

Бот: „Бот је аутоматизована апликација која се користи за обављање једноставних и понављајућих задатака који би човеку одузимали много времена или били свакодневни или немогући за обављање. Ботови се могу користити за продуктивне задатке, али често се употребљавају и у злонамерне сврхе.“¹³ Друштвени бот је посебна врста бота који се користи у мрежама друштвених медија како би аутоматски генерисао поруке (нпр. твитове) или заговарао одређене идеје, подржавао одређене кампање и утицао на реакцију јавности понашајући се као пратилац или чак као лажни профил који има своје пратиоце. Процењује се да би 9-15% активних Твитер корисничких налога могли бити друштвени ботови,¹⁴ а да је 15% од укупног броја твитераша који су били активни у расправи о председничким изборима у САД-у 2016. заправо били ботови.¹⁵ И током гласања о Брегзиту 2016., према економској студији,¹⁶ ботови су додали 1,76 процентних поена на гласове за излазак из ЕУ, док је Британија вагала да ли или не остати у ЕУ.

Трол: Интернет трол (сајбер-малтретирање, узнемиравање путем интернета) је особа која покреће свађе или узнемирава људе на интернету како би одвратила пажњу и ширила раздор. Студија из 2016. године за НАТО Центар за стратешку комуникацију о хибридном рату примећује да је, на пример, украјинска криза „показала како се лажни идентитети и кориснички рачуни користе за ширење приче путем друштвених медија, блогова и веб коментара како би се манипулисали, узнемиравали или обмањивали противници“.¹⁷

Вирал: Објаве или веб-странице на друштвеним мрежама које постају популарне и које деле велики број корисника те их поново деле њихови контакти постају вирални. Аналогија је у вирусној заразној болести која се брзо шири са једне особе на другу. Већина друштвених мрежа омогућава корисницима поновно дељење објави или веб-сајтова једноставним кликом на тастер дели.

3. Утицај друштвених медија на друштво

Упркос повезивању великог броја људи, примећено је да друштвени медији јачају постојеће друштвене групе и поделе. Друштвени медији омогућавају људима формирање ефекта познатог као „ехо-комора“, који одбацује информације које оспоравају њихове ставове. Селективна изложеност углавном се односи на склоност људи да фаворизују информације које појачавају њихове идеје и одбацују информације које су у супротности с њиховим идејама.¹⁸ Како технологија постаје све индивидуалнија, расте и селективна изложеност која онда води у идеолошку поларизацију.

¹³ <https://www.techopedia.com/definition/24063/internet-bot>

¹⁴ „Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization“, Varol, Onur; Emilio Ferrara; Clayton A. Davis; Filippo Menczer; Alessandro Flammini (2017). Proc. International AAAI Conf. on Web and Social Media (ICWSM).

¹⁵ Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion, Alessandro Bessi a Emilio Ferrara (2016-11-07), First Monday.

¹⁶ Authors of the study are Yuriy Gorodnichenko from the University of California at Berkeley and Tho Pham and Oleksandr Talavera from Swansea University in the U.K.

¹⁷ „Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia“, stratcomcoe.org. Riga, LV: NATO Strategic Communications Centre of Excellence (published 28 January 2016). Archived from the original on 28 January 2016. Retrieved 28 January 2016

¹⁸ Selective Exposure, Jonathan L.Freedman, David O.Sears, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0065260108601033#fn1>

Недавно истраживање Универзитета Бланкуерна¹⁹ у Шпанији показало је да друштвени медији и медији уопште имају моћ повећавања стереотипа не само код деце, већ и код људи свих старосних група. Интернет активиста Ели Парисер измислио је назив филтер бабл (енг. filter bubble),²⁰ за интелектуалну изолацију која може уследити када алгоритам веб места селективно погађа које информације корисник жели видети на основу података о кориснику, као што су локација, предходно понашање и историја претраживања. Као резултат тога, корисници имају мањи приступ информацијама које оспоравају њихове ставове, учинковито их изолирајући у властитим културним или идеолошким облацима.²¹

4. Друштвени медији у политици и јавном животу

Брзо ширење информација на друштвеним медијима може брзо утицати на политичке и јавне личности, било да су информације истините или не. Друштвени медији отворени су форум који свакоме даје глас да говори против владиног режима као и појединих јавних личности укључујући судије. „Друштвени медији постају главни канал за друштвену мобилизацију и критику владе јер влада не може контролисати оно што ми кажемо на интернету.“²²

Комуникацијске платформе су уверљиве и често делују како би утицале на политичке ставове због мноштва идеја и мишљења који круже платформом друштвених медија. Млађе генерације су све више укључене у политику и јавни живот, укључујући испитивање политике и улоге правосуђа, због пораста политичких вести објављених путем разних друштвених мрежа. Иако је информисање млађих генерација о политичким питањима важно, у сфери друштвених медија може бити много пристраности. Аутсајдерима може бити тешко да истински схвате разлоге разилажења у ставовима јер нису директно укључени, а друштвени медији могу створити лажан осећај разумевања управо код људи који нису директно укључени у одређена питања.

5. Власници података на интернету

Када користимо једну од бесплатних услуга е-поште (Џи-мејл, Јаху итд.), претпостављамо да су све поруке послане и примљене видљиве само нама и нашим адресатима. Међутим, наша се е-пошта налази и на серверима у ономе што је познато као ‘облак’ - ИТ инфраструктури која омогућава масовно чување података. Ова се инфраструктура налази у великим рачунарским центрима широм света, на више места истовремено.

Ваше поруке су ‘приватне’ утолико да неће бити послате на било коју, већ на жељену адресу. Међутим, садржај ваших порука је доступан власницима сервера који га користе како би пружили вама прилагођено корисничко искуство. Огласи које примите више одговарају вашем укусу, а информације о локацијама које сте посетили се потхрањују да би се касније искористиле.

¹⁹ Díaz-Fernández, Antonio M.; del-Real-Castrillo, Cristina (2018-07-01). Spies and security: Assessing the impact of animated videos on intelligence services in school children. Comunicar (ve španělštině). 26 (56): 81–89. doi:10.3916/c56-2018-08. ISSN 1134-3478.

²⁰ https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript

²¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble

²² Social media, World Heritage Encyclopedia, Article Id: WHEBN0005897742

Наши приватни адресари такође су потхрањени у „облак“, а њихов интегритет зависи од јачине наше лозинке и о томе колико је оператер који располаже подацима сигуран од спољашњих напада.

Потхрањивање у „облаку“ има предности због могућности дељења и потхрањивања података на платформама, али и недостатак јер неко други може потенцијално злоупотребити ову опцију и преузети вашу листу контаката. Време физичких адресара који су се могли држати сакривени од знатижељних погледа је давно прошло.

Подаци које остављамо користећи се разним интернетским услугама нису ограничени на биографске и контактне податке, већ укључују и информације о укупном понашању неке особе на интернету. То значи сваку активност (сваки ‘клик’) коју предузмете, почевши од тога које веб-странице посећујете и које појмове претражујете до сваког ‘лајка’ који кликнете и коментара који напишете на друштвеним мрежама. Сви ови подаци континуирано се користе у комерцијалне сврхе, како би се употпунио ваш кориснички профил.

Наши подаци - адресари, е-поруке, постови на нашим мрежним профилима - чувају се на нашим уређајима. Када искључимо електронски уређај, наше виртуалне активности задржане су до следеће употребе. Ипак, не схватамо да су камера и микрофон повремено укључени без нашег знања.

Дигитални ‘трагови’ ваших активности потхрањују се произвољно, а ваша способност да утичете на њих је минимална или уопште не постоји. Вероватно је да никада нећете доћи у ситуацију да ће се од вас тражити да повучете, избришете или промените такве податке. Али, ако се нађете у тој ситуацији, видећете да су све популарне друштвене мреже под надлежношћу других земаља, а копије тих података се налазе у неколико земаља истовремено.

Брисање података на вашем уређају може такође омогућити његово брисање из банке података у којој су потхрањени (нпр. након 30 дана, у случају да се предомислите), али чак и тада, не постоји начин да се утврди да су подаци (изјаве, фотографије) у потпуности избрисане и да се неће више појављивати. На пример, ваши ‘пријатељи’ на друштвеним мрежама су могли сачувати ваше објаве за каснију употребу. Коначно, поставља се питање власништва над садржајем друштвених медија или на садржај који настаје интеракцијама на друштвеним медијима. Власништво над садржајем на платформама друштвених медија увек је било нејасно, јер га стварају корисници а дистрибуира компанија. Томе се придодaje опасност по сигурност информација које могу процурити до трећих страна или опасност од ‘паразита’ који „прочешљавају“ податке за потребе властитих база података. Тренутна ситуација је таква да су стварни власници садржаја креираног на веб-страницама друштвених медија велике корпорације које поседују те веб-странице, а ретко корисници који су их креирали односно створили.

Заговорници права на приватност упозоравају кориснике друштвених медија на прикупљање њихових личних података. Неке информације могу се прикупљати без корисничког знања или пристанка, путем електронског праћења и апликација трећих страна.

Подаци се могу прикупљати и за потребе полиције или владе или путем шпијунаже друштвених медија користећи технике ‘копања података’. Кад делите информације на друштвеним медијима, запамтите да те информације више нису приватне. Општепознато је да је врло важно пратити шта делите и бити свесни с ким бисте потенцијално могли поделити те информације. Неки корисници друштвених медија не схватају да би било ко изван њиховог круга пријатеља могао читати њихове објаве. Међутим, на неким друштвеним медијима, осим ако корисници не одаберу поставке веће приватности, њихов се садржај аутоматски дели са јавности. Након што је нешто објављено, доступност том садржају остаје константна, чак и ако одаберемо ко ће га потенцијално моћи прегледати.

Већина корисника жели започети с коришћењем интернетских услуга што пре и дати свој пристанак на услове коришћења без оклевања - а често и без читања услова, мало или недовољно размишљајући о последицама правног односа који су том приликом склопили. Препоручујемо да носиоци правосудних функција прочитају уговор о условима коришћења, те да након разумног разматрања услова и на темељу информација донесу одлуку о томе како поступати.

6. Питање приватности на друштвеним медијима

Данас, у времену друштвених мрежа, појављују се проблеми када комуникација која је приватне природе - због специфичности интернет медија - постаје јавна. Тада је важно одлучити хоћете ли и на који начин одговорити, као и узети у обзир технолошке специфичности сваког комуникацијског канала.

Важно је напоменути да се интернет конверзација најчешће води у писаном облику. Уношењем текста (објаве и коментара) или објављивањем фотографије настаје садржај који ће бити доступан било којој заинтересованој страни. Сваки ‘лајк’ или ‘ритвит’, сваки двосмерни коментар или само емоџи (нпр. смајли) заправо је документ који сте послали другој особи или ‘интернет јавности’, уопште. Овај садржај може чинити ваш потпис, локацију и уређај који користите. Опаска дата на паузи за кафу током конференције пред неколицином колега вероватно неће остати у свести већине слушатеља дуже од краја тог радног дана. Иста опаска послата као имејл или као твит или као статус на Фејсбуку постаје садржај који се архивира за будућу употребу, и може се поново појавити на начин на који нисте очекивали годинама касније у потпуно другачијем контексту.

Једна од највећих опасности у интернет комуникацији је могућност брзог реаговања или тренутног постављања коментара на нечију објаву. Технологија вам омогућава да изразите своје ставове готово у стварном времену, као да разговарате лицем у лице с особом. Важно је сузбити притисак да се одмах одговори, поготово ако се ради о расправи која потенцијално може довести до свађе. Најлакши начин да контролишете своју интернетску комуникацију је дате себи више времена за одговор. Ако се не можете суздржати од одговора, одмах напишите изјаву, али немојте је послати. Причекајте следеће јутро и када поново прочитате одговор, највероватније ћете изменити поруку.

У било којој ситуацији понашајте се с поштовањем и избегавајте коментаре о трећим странама, друштвеним питањима, политичким ставовима, личним карактеристикама итд. који би се, чак и годинама касније, у другим контекстима, могли негативно одразити на вас или вашу репутацију. Исто се односи и на фотографије / видео записе. Фото-албум који сте поделили с пријатељима и родбином на породичном окупљању могао би

имати сасвим другачије значење ако се једног дана (можда и годинама касније) појави на насловној страници таблоида или онлајн портала. Покушајте очима других видети властити објављени садржај.

7. Ризик од злоупотребе

Чак и ако сте применили све савете за одабир квалитетне лозинке, ваш се профил и даље може злоупотребити. Нападач може пронаћи вашу лозинку на различите начине, било путем злонамерног софтвера инсталираног на вашем рачунару или путем хакерског напада на вашег пружаоца интернет услуга. Један од најозлоглашенијих случајева је био напад на Јаху који је компромитовао више од милијарду корисника.²³ Ако сумњате да је ваш Фејсбук профил злоупотребљен, следите упутство које је Фејсбук припремио за такве случајеве.²⁴ Исто се односи на све остале доступне интернет услуге од е-поште до друштвених мрежа (Твитер²⁵, Линктин²⁶, Инстаграм²⁷ итд.).

Требало би да без тешкоћа можете да избришете нежељене коментаре, али за то је потребно да пратите свој онлајн профил. Иако немате непосредну одговорност за коментаре других људи (који јесу или нису на вашој листи пријатеља), појављивање њихових коментара на вашем профилу може указивати на блискост која би вам била неприхватљива у неком другом контексту.²⁸

Најтежа врста злоупотребе је лажирање ваших порука и постова, посебно фотографија и видео записа. Не можете спречити ове случајеве, али ако је ваш ранији садржај на друштвеним мрежама успоставио одређени модел понашања на интернету, злонамерна лажирања се могу лакше оповргнути. Из тога разлога је неопходно интерпретирати националне етичке кодексе (који спомињу „понашање ван суда“) у контексту који се односи на виртуалне просторе.

8. Примери сигурносних поставки за корисничке налоге на друштвеним мрежама

Фејсбук: Поставке приватности на вашем налогу омогућавају вам да контролишете ко ће видети ваше објаве, ко може послати захтев за ‘пријатељство’ или ко вас може означити (таговати) када се појавите на фотографијама других чланова мреже. Имајте на уму да сви уређаји не подржавају све опције (зависи од верзије оперативног система и уређаја). Када бирате ко може видети ваше објаве, можете одабрати једну од следећих опција:

- „Јавно“ - доступно свим члановима мреже
- „Пријатељи“ - доступно само вашим пријатељима
- „Пријатељи осим“ - доступно вашим пријатељима уз изузетке
- „Одређени пријатељи“ - доступно само пријатељима који су на листи
- „Само за тебе“ (само ја) - доступно и видљиво само вама
- „Појединци“ - доступно пријатељима и листама које одаберете (нпр. породица, блиски пријатељи, познаници, колеге).

²³ <https://yahoo.tumblr.com/post/154479236569/important-security-information-for-yahoo-users>

²⁴ <https://www.facebook.com/help/hacked>

²⁵ <https://help.twitter.com/en/safety-and-security/twitter-account-compromised>

²⁶ <https://www.linkedin.com/help/linkedin/answer/56363/reporting-a-hacked-account?lang=en>

²⁷ <https://help.instagram.com/149494825257596>

²⁸ Некои услуги постојат само за да ги следат избришаните пораки, како <https://politwoops.eu/> кои можат да ги детектираат избришаните пораки помеѓу моментот кога објавувате нешто и вашето бришење.

Када одаберете поставке за једну објаву оне остају исте за све објаве све док их поново не промените. Такође, можете касније променити видљивост објаве на 'зиду'. Ако сте на зиду пријатеља постављали поруке, ваш пријатељ тада може одредити ниво видљивости подешавањем поставки приватности за објаву на његовом / њеном зиду. Обавезно укључите опције упозорења за пријаву како бисте сваки пут кад се неко пријави (чак и ако се пријављујете с неког другог уређаја), примили обавештење да је омогућен приступ вашем налогу. Обратите посебну пажњу на апликације које вам омогућавају да се повежете са својим Фејсбук налогом. Готово све такве апликације траже да им дозволите приступ вашим подацима, као и да ажурирате ваше налоге и објаве.

Твитер: Твитер има неке корисне посебне опције за коришћење вашег налога.²⁹

Обавештења³⁰ - Ова опција вам омогућава да на једном месту имате преглед релевантних догађаја на Твитер лајни, као што су:

- Када добијете новог пратиоца
- Кад неко отвори ваш твит
- Кад вас неко спомиње у коментару
- Кад неко објави ваше твитове (ритвитови)

Блокирање других налога³¹ - Ова опција вам омогућује да у потпуности уклоните профиле (налоге) који вас вређају (на Твитеру) што значи да нећете видети твитове избрисане особе, нити ће та особа видети ваше. Блокирајући други налог, престајете следити тај налог и истовремено спречавате власника тог налога да вас следи. Сврха ове опције није само зауставити примање обавештења или ажурирања о другом корисничком налогу, већ у потпуности уклонити следбенике које не желите.

Проверени налог - Лажни профили једна су од негативних страна друштвених мрежа. Фотографију вашег профила можете преузети с друге мреже. Ваше име може бити наведено поред имена корисничког налога (именом налога можете манипулисати тако да је довољно променити редослед слова или уписати број „1“ уместо слова „л“). Не бисте били свесни да неко с врло сличним профилем објављује твитове који би вам се могли приписати - било да имате свој Твитер налог или да уопште нисте регистровани на Твитеру. Да би се борио против лажних налога, Твитер је увео категорију 'верификованих (проверених) налога' који су препознатљиви по плавој значки поред имена на профилном налогу. Ови службени профили доказују особљу и корисницима Твитера да је ваш профил од јавног интереса те да садржај и мишљење припадају стварном кориснику (а не некоме ко се претвара да је тај корисник). Најчешће су категорије верификованих налога оне чији су власници из области уметности, јавне управе, политике, медија, спорта или бизниса.

Уз то морате обратити пажњу и на друге апликације које захтевају приступ вашем Твитер налогу и другим функцијама које сте активирали на свом Твитер налогу. Ако не разумете јасно што требате да учините, погледајте најчешћа питања о Твитеру за нове кориснике (често постављана питања, енг. FAQс), Твитер центар за помоћ или често постављана питања у Твитер апликацији. Размислите о последицама и одлучите након што постанете свесни коришћења прикупљених података и услова коришћења услуге.

²⁹ <https://help.twitter.com/en/managing-your-account/understanding-the-notifications-timeline>

³⁰ <https://help.twitter.com/en/managing-your-account>

³¹ <https://help.twitter.com/en/using-twitter/blocking-and-unblocking-accounts>

Инстаграм: Имате неколико опција за поставке приватности објава на свом профилу:

„Јавно“ - Свако може почети да вас прати, прегледа и дели ваше фотографије, видео записе или објаве.

„Приватно“ - Ви одлучујете да ли ћете допустити другим корисницима да вас прате или не. Ако сте носилац правосудне функције, препоручује се да поставке приватности подесите на „приватно“. Имајте на уму да се приликом објављивања фотографија морате придржавати посебних услова у складу с етичким кодексом (ове се информације могу наћи под ‘Смернице заједнице’ у апликацији или корисничком налогу). Увек имајте на уму да објављене фотографије, намењене само блиским ‘пријатељима’, увек могу бити објављене тамо где нисте очекивали да ће се појавити.

Чак и ако особа на правосудној функцији нема свој властити профил на било којој друштвеној мрежи, могуће је да се појаве лажни профили. Ово може бити проблематично ако су фотографије узете из приватних извора. Судије и тужиоци морају бити свесни да би се могли наћи у ситуацији у којој су подложни лажним профилима на друштвеним мрежама.

Линкдин: Постоје две могућности постављања вашег профила на које скрећемо пажњу, јер могу имати утицаја на вашу репутацију:

„Обавештавање контаката када сте у вестима“ - Ова се опција аутоматски укључује када креирате профил, а ако га оставите укључено сваки пут када се појавите у вестима (медијима или блоговима), сви ваши контакти биће обавештени. На вама је да одлучите хоће ли ова опција нанети штету вашој репутацији. Имајте на уму да ‘обавештења’ не раздвајају позитивне и негативне вести те да ће их сви ваши контакти примити.

„Споменути од стране других“ - Сваки пут када вас неко спомиње у својој објави, повећава се ‘видљивост’ вашег профила. Не можете контролисати контекст у којем ће вас неко споменути. У складу с тим, користите свој властити суд и одлучите да ли желите укључити или искључити ову опцију.

ДОДАТАК II

Смернице Удружења судија Чешке

Етичка ограничења активности судија на друштвеним мрежама

На Годишњем састанку Удружења судија, који је одржан 5. новембра 2016. у Микулову, Суд части Удружења судија добио је задатак да оцени етичка ограничења за активност судија на друштвеним мрежама (Фејсбук, Твитер, блогови итд.) у смислу до које мере је слобода говора судије ограничена његовом или њеном функцијом.³²

Суд части Удружења судија је радио на основу „Принципа понашања судија“ који су усвојени на Годишњем састанку Удружења судија 26. новембра 2005. (такође познати и као Етички кодекс).³³ Овим Етичким кодексом уопштено су постављени основни принципи достојанства, непристрасности и независности у активностима и понашању судија. Међутим, ти принципи су више опште природе и не баве се конкретним активностима судија на друштвеним мрежама. Из тог разлога је Суд части користио закључке и резултате дисертације магистра Зденке Кривке „Судије и друштвени медији“.³⁴ Приликом писања мишљења, Суд части је такође узео у обзир и правни оквир који се примењује за рад судија, посебно најопштији ниво, чланове 81. и 82. Устава, члан 17. Повеље о основним правима и слободама и део 80. Закона о судовима и судијама бр. 6/2002 (у даљем тексту: ЗСС), те је тешко закључити да је судија могао прекршити своје законске обавезе предвиђене горе наведеним правним прописима, а да притом не прекрши принципе судијске етике.

Међутим, ово разматрање се не може применити у обрнутом смислу - ако судија само следи закон, то не значи да није прекршио судијску етику. На пример, обично чланство у политичкој странци само по себи не представља кршење закона, али опет није у складу са судијском етиком (овај закључак изнесен је на Годишњем састанку Удружења судија одржаном 24. новембра 2007. у Кромјержижу).³⁵ Међутим, оно што би представљало кршење закона (посебно члана 80. (4) ЗСС-а јесте када судија не само да је члан политичке странке или покрета, већ и када врши политичку функцију у одређеној политичкој групи тј. када би био политички активнији од обичног члана.

За горе поменути правни оквир, судске одлуке које се тичу активности судија на друштвеним мрежама су такође релевантне: одлука дисциплинске комисије Врховног управног суда бр. 11 Ксс 6/2015-53 од 6. јуна 2016.г. (и оно што је Уставни суд накнадно утврдио одлуком бр. ИВ ЋС 2609/16 од 11. априла 2017.), бр. 16 Ксс 7/2014 - 92 од 11. јуна 2015.г. и оно што је Уставни суд накнадно утврдио одлуком бр. И. ЋС 2617/15 од 5. септембра 2016., оно што је Уставни суд утврдио одлуком бр. ИИ. ЋС 2490/15 од 8. новембра 2016. (у случају масовне имејл комуникације судије) и оно што је Уставни

³² Тачна формулација била је: “оцена ограничења етичке активности за судију на друштвеним мрежама (Facebook, Twitter, блогови итд.) да би се оценило до које мере слобода изражавања судије ограничена његовом судијском улогом.”

³³ <http://soudci.cz/o-nas/eticke-zasady-chovani-soudce.html>

³⁴ KRIVKA, Zdeněk. Судије и друштвени медији, Брно, 2015. Дисертација Университет Масарик, Правни факултет. Доступно на https://is.muni.cz/th/378547/pravf_m/DP_final_v1.0.pdf.

³⁵ Међутим, он сматра да је с етичког гледишта, чланство судије у политичкој странци неприкладно, те да је за судију неприхватљиво да буде члан локалне владе.

суд утврдио одлуком бр. ИИИ ЋС 3844/13 од 30. октобра 2014. (природа комуникације физичког лица ‘које није судија’ на Фејсбуку).

У другим закључцима Суд части не прави разлику да ли су етички проблематичне активности судија истовремено и кршење закона, јер то није била формулација задатка који је био поверен Суду части Удружења судија.

За разлику од ‘лица које није судија’, слобода говора судије је ограничена и то чињеницом да судија увек мора пазити (и ово се посебно односи на јавне говоре судија) да његов/њен иступ није угрозио достојанство судијске функције, довео у питање поверење у правосудје и његову/њену личну непристрасност и независност. Генерално говорећи, по правилу судија не би требао јавно разоткривати своја политичка гледишта, осим у питањима која се тичу правосудја. Када би он/она изразио/ла мишљење о политичким питањима (која се не односе на правосудје), постоји могућност приговора да је пристрасан/на ако би потом пресудивао/ла у предмету који се односи на политичку странку (покрет) или политичко питање које је коментарисао/ла. Поред тога, саветује се да се не упушта у политичке дебате. Ако се деси да судија учествује у јавној размени политичких мишљења, по правилу он доводи у питање своје властито достојанство (индиректно и достојанство целокупног правосудја) и, као што је горе наведено, довешће у питање и своју властиту непристрасност у будућности. У том контексту, мора се нагласити да је за изузеће судије довољно да проицљив посматрач изведе закључак како је судија спречен да непристрасно пресуди. Што се тиче говора судија у вези политичке кампање, Суд части се такође позвао на закључке Уставног суда који су усвојени у ономе што је утврђено у одлуци бр. И. ЋС 2617/15 од 5. септембра 2016.³⁶

Где судија објављује своје постове такође је значајно. Нема сумње да би било негативно ако би судија, као чувар правила која управљају демократским друштвом и владавином права, објавио своје постове у медијском простору који се сматра екстремистичким, тј. који напада темељ демократског друштва. Ово се односи и на штампу и интернет.

Ако судија објави своја гледишта на блогу или веб-сајту (неважно је да ли као чланак или као одговор или коментар на други чланак) то су јавно изражена гледишта на која се све горе наведено односи.

Ситуација с Фејсбуком је компликована. То је комуникацијска платформа која примарно служи за успостављање и одржавање односа на интернету и ширење информација. Фејсбук дозвољава корисницима да створе мрежу друштвених контаката, омогућује међусобну комуникацију, размену разног мултимедијалног садржаја и организовање догађаја и корисничких презентација. Након што се пријави, корисник има прилику да пронађе друге кориснике мреже с којима жели бити у контакту и питати их да буду ‘пријатељи’ (потврда обостраног интереса да буду у контакту). Између осталог, корисник може појединачно подесити домет дељења објављених информација и може користити инструменте за заштиту приватности да одабере ко ће видети садржај који је он/она објавио/ила, као и то ко га/је може контактирати, тражити и на који начин. Стога, профил корисника на друштвеној мрежи може функционисати отворено (јаван је за све остале

³⁶ “Примарна дужност сваког судије је да заштити темељна права и слободе (члан 4. Устава) и доносити одлуке у складу с основним принципима демократске државе која управља владавином права (члан 1. (1) Устава). Ако би судија у својим коментарима довео те темељне вредности у питање, тиме би довео у питање и своје основне дужности те тешко да би могао створити поверење јавности. Стога, у односу на те темељне вредности, судија је обавезан на лојалност, што га ограничава у остварењу своје слободе говора.”

кориснике Фејсбука или чак кориснике интернета) или затворено (генерално, корисник одабере да своје информације објављује кругу корисника или ову опцију може направити посебно за појединачне објаве и информације). Комуникација на Фејсбуку се може остварити коришћењем чета (разговора), слањем порука (могућност слања порука само једном кориснику или одређеној групи корисника) или путем личне профилне странице корисника, на коју објаве може постављати корисник, али и други корисници такође, ако поставке тог корисника то дозвољавају. Путем поставки за заштиту приватности које је одабрао сам корисник, садржај профилне странице корисника може се отворити само пријатељима, одабраним круговима - групама пријатеља, свим корисницима регистрованим на Фејсбуку или нерегистрованим корисницима који су на интернету.

Јасно је да природа друштвене мреже на Фејсбуку није нити приватна нити јавна. Увек зависи од конкретног корисника како ће подесити ниво заштите приватности на свом профилу или директно за појединачне објаве. На овој мрежи, корисник може комуницирати са само једним другим корисником, а да други корисници не виде ту комуникацију и да на њу не могу утицати. Таква комуникација је потпуно приватна, иако је омогућава друштвена мрежа с милијарду корисника, исто као што се имејл комуникација између две особе као што је www.gmail.com или www.seznam.cz може сматрати приватном.

Међутим, корисник друштвене мреже Фејсбук, такође има могућност да учини свој профил потпуно јавним и тиме доступним свим корисницима друштвене мреже Фејсбук и свим корисницима интернета. Ову опцију увелико користе, на пример, политичке странке, интересне групе, уметници, пружаоци услуга, трговци и остали који имају за циљ да себе представе највећем могућем броју корисника интернета путем ове друштвене мреже. Међутим, неки 'нормални' корисници такође користе такве поставке, а ако су поред тога и судије, за њих важе иста ограничења као и за било који јавни говор.

Сусрећемо се с одређеним етичким ризиком, што непристрасност судије може довести у сумњу на темељу 'пријатељства' на Фејсбуку. Обоостраним договором да се међусобно додају на листу 'пријатеља', корисник изражава одређену наклоност (симпатију) према другом кориснику. Проблем с 'пријатељем' судије може да се појави током поступка за предмет у којем он поступа, а његов 'пријатељ' је странка у поступку или представник странке. Место на листи 'пријатеља' може одавати утисак да судијин 'пријатељ' има изузетну позицију и да може утицати на судију приликом пресуђења.

Међутим, што се тиче природе 'пријатељства', може се рећи да се тај концепт не може поистоветити с нормалним пријатељством, тј. с дубљим односом који се испољава у редовном, личном контакту, провођењу слободног времена на заједничком одмору, међусобним посетама и слично. Дакле, није могуће уопштено рећи да свако 'пријатељство' на Фејсбуку доказује пристрасност судије (у том смислу, не може се направити никаква генерализација; увек ће зависити од конкретног предмета и чињеницама одређеног предмета).

За Фејсбук, као и за друге друштвене мреже, треба напоменути да се контакти на мрежама не могу сматрати строго билатералним. 'Пријатељи' на тим мрежама граде властите мреже контаката, делећи објаве које су већ објавили. Тако да судија никада не може бити сигуран где ће се његова објава појавити, иако ју је првобитно поделио с ограниченим бројем контаката.

Проблем с Фејсбуком може бити дељење података, када други корисници поделе садржај са судијине странице да би утицали на судијску одлуку (нпр. чланци у вези с тренутним предметом). Свака позитивна реакције судије на такав подељен материјал била би потпуно неприкладна.

Лајк функција на Фејсбуку се може описати као изражавање ваше симпатије, наклоности, слагања с објавом, фотографијом, видеом, профилем, апликацијом или другим компонентама Фејсбука. То лајковање је (може бити) видљиво другима и у том смислу судија треба бити суздржан, јер изражавањем своје подршке може створити утисак да стаје на страну странке у поступку или њених представника.

Природа друштвене мреже Твитер је другачија у односу на мрежу Фејсбук. Твитер је намењен за јавну комуникацију усмерену на број прималаца који није ограничен. Из тог разлога, за судије важе иста ограничења за ову мрежу као и за све јавне говоре. И на овој мрежи је могуће лајковање.

Све претходно важи чак и ако се судија на друштвеним мрежама појави анонимно тј. не под властитим именом (тешко да би могао опстати став да, на пример, непристрасност судије може се довести у питање само онда када би идентитет судије био откривен, тј. он не брани мишљења која је већ објавио или их само брани под плаштом анонимности или лажним идентитетом). Приступ којим је дотични судија расправљао о својој улози судије било би неопходно прогласити апсолутно неприкладним.

Свакако да нема потребе наглашавати да свака лоше смишљена формулација судијског мишљења (разна језичка претеривања или вулгарности) у његовим јавним говорима смањује достојанство судија и да сваки судија треба избегавати такве форме говора. Такође, у такве неприкладне форме говора морају спадати и сатирични изрази и ироничне критике свега и свачега. Ако током својих јавних иступа судија користи такве изразе, онда мора нужно и очекивати да ће му се супротставити у истом стилу и тиме га понизити. Ако се таква јавна интеракција деси, смањује се достојанство дотичног судије (с индиректним утицајем на целу заједницу судија), а потенцијално и његова непристрасност.

Достојанство судијске функције не утиче само на дотичног судију, већ и на целокупну правосудну заједницу. Ако се судија умеша у питање свог достојанства, не само да наноси штету себи, већ и целокупном правосуђу - а правосуђе изнад свега мора имати кредибилитет. Ако је поверење у правосуђе компромитовано, не може се очекивати да ће јавност усвајати и прихватати одлуке судија. Без тог поверења принципи владавине права не могу бити испуњени. Погледајте шта је Уставни суд утврдио одлуком бр. И. УС 2617/15 од 5. септембра 2016.³⁷

³⁷ „...Приликом остваривања свог права на слободу говора, појединац који је преузео функцију судије обавезан је показати лојалност и суздржаност, према члану 17. Повеље и члану 10. Конвенције. То има за последицу да за његову слободу изражавања важе посебна ограничења која произилазе из те обавезе. Судија посебно не сме подривати поверење јавности у своје одлучивање што је у складу с основним принципима демократске владавине права и поверење у непристрасност и независност правосуђа. Судија се мора суздржати од коментара о политичком надметању, а посебно од јавног оцењивања појединачних кандидата или странака и група или формирања политичких коалиција.“

Закључци о активностима судија на друштвеним мрежама

- (1) Све што судија изрази (иступи, коментари, фотографије итд.) мора бити у светлу очувања достојанства судијске функције и не сме бацати сумњу на његову непристрасност или независност.
- (2) Судија не треба стварати односе који могу створити утисак да исти могу утицати на судијино судовање.
- (3) Судија не коментарише судски поступак у току.
- (4) Судија не даје правни савет.
- (5) Судија избегава политичке оцене (укључујући и на пример подршку неком кандидату за политичку функцију, не лајкује политичке странке или покрете, не коментарише контроверзна политичка питања, осим када се то тиче правосуђа).
- (6) Судија треба имати на уму да никада не може бити сигуран где ће се његова комуникација појавити, чак и ако је првобитно била насловљена само на ограничен број прималаца.

Праг, 24. мај 2017.

Суд части Удружења судија, председавајући УС др. Ладислав Дерка

ЛИСТА ДРЖАВНИХ И МЕЂУНАРОДНИХ МИШЉЕЊА, ПРАВИЛА И СТАНДАРДА У ВЕЗИ С ДРУШТВЕНИМ МЕДИЈИМА

Courts' Use of Social Media: A Community of Practice Model,
Jane Johnston, International Journal of Communication 11(2017), 669-683

Social Media and Judicial Ethics,
compiled by Cynthia Gray, NSCS Center for Judicial Ethics, 2017

Take care of your digital footprint, Barry Clarke, 2017

Ethical limits on a judge's activities on social networks,
Union of Judges of the Czech Republic, 2016

Social Media Ethics Guidelines,
Commercial and Federal Litigation Section of the New York State Bar Association, 2015

Guide to Judiciary Policy, Vol. 2B, Ch. 2,
Committee on Codes of Conduct Advisory Opinion, page 221-226, 2015

Judges & Social Media: Managing the Risks,
Themis Competition organized by EJTN and EU, 2015

The Use of Social Media by Canadian Judicial Officers,
Canadian Centre for Court Technology, 2015

IBA International Principles on Social Media Conduct for the Legal Profession,
Adopted on 24 May 2014 by the International Bar Association, 2014

Facebook and Social Networking Security, Martin Felsky,
Canadian Judicial Council, 2014

Should Attorneys and Judges be Facebook Friends? A State by State Overview,
Jessica Ballard-Barnett, 2014

Social Media and the Courts: Innovative Tools or Dangerous Fad?
A practical Guide for Court Administrators,
Norman H. Meyer, Jr., International Journal for Court Administration, 2014

Use of Social and Electronic Media by Judges and Judicial Employees,
Arizona Supreme Court, Judicial Ethics Advisory Committee, Advisory Opinion 14-01, 2014
Formal Opinion 462, Judge's Use of Electronic Social Networking Media,

American Bar Association (ABA), 2013

Should judges use social media? Judith Gibson, 2013

Judge Must Consider Limitations on Use of Social Networking Sites,
Opinion 2012-07, Maryland Judicial Ethics Committee, 2012

Let's be Cautious Friends: The Ethical Implications of Social Networking for Members
of the Judiciary, Washington Journal of Law, Technology & Arts, Issue 3 Winter 2012

OBA Social Media Policy, Oklahoma Bar Association, 2011

Opinion 66 Online Social Networking,
Judicial Ethics Committee, California Judges Association, 2010

Social Media 101, the National Center for State Courts,
the National Center for State Courts, 2019

UNODC Guidelines on Social Media 2019
United Nations Office on Drugs and Crime 2019

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

347.962:[316.77:004

316.774

ИЗВЕШТАЈ CEELI Института : практичне смернице за коришћење
друштвених медија намењене судијама : централна и источна Европа /
[уредник Небојша Ђуричић ; превод текста Душан Дакић]. - Београд : Форум
судија Србије, 2021 (Београд : Скрипта). - 40 стр. ; 24 cm
Тираж 500. - Стр. 7-8: Предговор / Кристофер Лехман. - Напомене и
библиографске референце уз текст.

ISBN 978-86-900091-4-5

а) Друштвене мреже -- Коришћење -- Судије б) Масовни медији

COBISS.SR-ID 38510601

*CEELI Institute
Villa Grébovka
Havlíčkovy Sady 58
120 00 Prague
Czech Republic*

*www.ceeliinstitute.org
office@ceeli.eu*



*Средства обезбеђена
од стране Владе Сједињених
Америчких Држава*