

INSTITUT CEELI PRAG

UNAPREĐENJE VLADAVINE PRAVA



IZVJEŠTAJ
INSTITUTA
CEELI

Poštovane kolegice i kolege,

u vrijeme kada je više nego ikad prisutno korištenje društvenih mreža, kako zbog razvoja savremenog društva tako i zbog pojave pandemije uzrokovane KOVID 19, skrećem pažnju na Praktične smjernice za korištenje društvenih medija namjenjene sudijama, koje je u tu svrhu u novembru prošle godine razvio CEELI Institut iz Praga i koje vrlo detaljno pojašnjavaju principe na kojima društvene mreže funkcionišu. Smjernice između ostalog ukazuju na različite, često i štetne posljedice otkrivanja ličnih podataka, pa i raznih eksponiranja, a da često nismo ni svjesni kako se ista mogu zloupotrijebiti protiv nas samih ali i struke koju dostojno predstavljamo.

Molim da iskoristite vrijeme u izolaciji i proučite Smjernice, kako bi uvijek bili u toku sa dešavanjima na društvenim mrežama, a istovremeno svjesni svojih postupaka kako bi izbjegli moguće neželjene posljedice, jer razvoj tehnologije je sve teže pratiti bez odgovarajuće stručne pomoći.

Ovom prilikom se želim zahvaliti svim sudijama, a naročito kolegicama iz Bosne i Hercegovine koje su u saradnji sa CEELI Institutom uspješno prepoznale potrebe pravosuđa i izradile ovaj izuzetno važan dokument, koristeći jasan i razumljiv jezik, te na nedvosmislen način pojasnile brojne nepoznanice na koje treba obraćati pažnju prilikom aktivnosti sudija na društvenim medijima. Takođe se želim zahvaliti prevodiocima VSTV-a koji su uradili vrlo dobar posao, i na kraju Vladi Sjedinjenih Država koja je omogućila sredstva da se ove Smjernice pripreme.

Milan Tegehija
Predsjednik VSTV-a BiH

U ime Instituta CEELI, Prag, zahvaljujem se Visokom sudskom i tužilačkom vijeću Bosne i Hercegovine na pravovremenom prevodu Praktičnih smjernica za korištenje društvenih medija namijenjenih sudijama na jezike BiH.

Ove Smjernice su rezultat intenzivnih diskusija, istraživanja i razmjene mišljenja vođenih u okviru Instituta CEELI sa sudijama iz cijelog regiona u periodu dužem od dvije godine. Sa zadovoljstvom mogu da konstatujem posebnu pomoć i doprinos sudija iz Bosne i Hercegovine u tom procesu i u kreiranju Smjernica.

Iskreno se nadamo da će ove Smjernice biti od koristi, kako sudijama iz regiona, tako i šire, u njihovim kontinuiranim nastojanjima da se prilagode svijetu u kome se najveći dio našeg društvenog i radnog života odvija na virtuelnim platformama. Svi shvatamo da su društvene platforme - uz sve opasnosti i izazove koje one sa sobom nose - postale neophodna sredstva komunikacije i sastavni dio naših života. Nadamo se da će ovo sudijama omogućiti da društvene platforme koriste na mudar način i pomoći im da izbjegnu uobičajene zamke. Prevod Smjernica na jezike Bosne i Hercegovine sadrži neophodne savjete namijenjenecjelokupnoj pravosudnoj zajednici Bosne i Hercegovine, što im daje posebnu vrijednost.

Christopher Lehmann

Institut CEELI, Prag
7. april 2020. god.

IZVJEŠTAJ INSTITUTA CEELI

**PRAKTIČNE SMJERNICE ZA KORIŠTENJE DRUŠTVENIH
MEDIJA NAMIJENJENE SUDIJAMA: CENTRALNA I
ISTOČNA EVROPA**

novembar 2019.

SADRŽAJ

ZAHVALE	5
PREDGOVOR	6
PREGLED PREPORUKA	8
1. Dostojno predstavljajte pravosuđe u SVIM sadržajima na društvenim mrežama	8
2. Nikada ne komentarišite predmete koji su u toku	8
3. Ne koristite društvene medije kako biste istraživali stranke	8
4. Vodite računa o tome koga prihvatate za „prijatelje“ i šta i koga „lajkate“	8
5. Izbjegavajte političke komentare i iznošenje stavova	8
6. Prilagodite i pratite vaše postavke privatnosti	8
7. Zaštitite vaše lične podatke	8
8. Edukujte vašu porodicu i prijatelje	8
9. Korištenje društvene medije u edukovanju javnosti	8
10. Kontinuirano se edukujete o društvenim mrežama	8
PREPORUKE SUDIJAMA ZA KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MEDIJA	9
2. Nikada ne komentarišite predmete koji su u toku	11
3. Ne koristite društvene medije kako biste istraživali stranke	11
4. Vodite računa o tome koga prihvatate za „prijatelje“ i šta i koga „lajkate“	12
5. Izbjegavajte političke komentare i iznošenje stavova	12
6. Prilagodite i pratite vaše postavke privatnosti	13
7. Zaštitite vaše lične podatke	14
8. Edukujte vašu porodicu i prijatelje	15
9. Korištenje društvenih medija u edukovanju javnosti	15
10. Kontinuirano se edukujete o društvenim mrežama	15
KRATKI SAVJETI ZA UPRAVLJANJE VAŠIM AKTIVNOSTIMA NA INTERNETU	17
DODATAK I	18
1. Istorija društvenih medija	18
2. Definicije	19
2.1 Definicija društvenih medija	19
2.2 Definicija najčešće korištenih društvenih medija	19
2.3 Opasni alati društvenih medija	21
3. Uticaj društvenih medija na društvo	24
4. Društveni mediji u politici i javnom životu	24
5. Vlasnici podataka na internetu	25
6. Pitanje privatnosti na društvenim medijima	26
7. Rizik od zloupotrebe	27
8. Primjeri sigurnosnih postavki za korisničke naloge na društvenim mrežama	28
Dodatak II	30
Smjernice Udruženja sudija Češke	30
Zaključci o aktivnostima sudija na društvenim mrežama	34
LISTA DRŽAVNIH I MEĐUNARODNIH MIŠLJENJA, PRAVILA I STANDARDA U VEZI S DRUŠTVENIM MEDIJIMA	35

Z A H V A L E

Institut CEELI želi da se zahvali članovima radne grupe pri Mreži za razmjenu sudija u centralnoj i istočnoj Evropi, koji su osmislili i izradili Smjernice za korištenje društvenih medija namijenjene sudijama:

sudija **Katica Artuković**, Bosna i Hercegovina
sudija **Marela Jevtović**, Bosna i Hercegovina
sudija **Davor Dubravica**, Hrvatska
sudija **Domagoj Frntić**, Hrvatska
sudija **Ladislav Derka**, Češka Republika
sudija **Levente Simon**, Mađarska
sudija **Mindaugas Šimonis**, Litvanija
sudija **Cristi Danilet**, Rumunija

Zahvaljujemo i Kseniji Renko i Marku Rakaru, regionalnim stručnjacima za komunikaciju i odnose s javnošću, Davidu Sellersu, službeniku za odnose s javnošću, Administrativna kancelarija američkih sudova, Barbora Field i Fred Grealy, rukovodiocima programa Instituta CEELI, i Katherine Sorrell, pripravniku u Institutu CEELI (Pravni fakultet William and Mary)

za njihov vrijedan doprinos u izradi ovih Smjernica.

Institut takođe zahvaljuje Judith Macaluso, Janet Katz i Jane Mahoney na njihovoj neprocjenjivoj pomoći u uređivanju ovog dokumenta.

Oni su na ovom dokumentu radili pro bono, te na taj način pružili podršku radu sudija.

Projekat je omogućen zahvaljujući podršci Biroa za međunarodnu borbu protiv narkotika i sprovođenje zakona (INL) američkog State Departmenta.

PREDGOVOR

Institut CEELI od 2000. godine obučava i podržava sudije u centralnoj i istočnoj Evropi. Ne iznenađuje da pitanje korištenja društvenih mreža od strane sudija postaje sve značajnija tema na pravosudnim događajima koje organizuju Institut i druge organizacije u regiji. Kako je upotreba društvenih medija postala svakodnevna pojava koja je dio života većine ljudi, istraživanje etičkih ograničenja na korištenje društvenih medija postalo je goruća briga sudija.

Od 2012. godine, Institut CEELI radi na jačanju Mreže mladih sudija iz centralne i istočne Europe, uz pomoć grantova Biroa za međunarodnu borbu protiv narkotika i sprovođenje zakona (INL) američkog State Departmenta. Radna grupa Mreže sudija nastojala je detaljno istražiti izazove vezane za korištenje društvenih medija kako bi svojim kolegama mogli dati objašnjenja i smjernice o tome kako da koriste društvene medije na način da izbjegnju zamke i etičke probleme. Uz pomoć stručnjaka za pravosuđe, etiku i odnose s javnošću, Institut CEELI je izradio ovaj set Smjernica namijenjenih sudijama u kojima se govori o primjerenom ponašanju u korištenju društvenih medija. One obuhvataju slučajeve neprimjerenog ponašanja na društvenim mrežama koje može ugroziti nezavisnost, integritet i nepristrasnost sudija, potkopati povjerenje javnosti u pravosuđe ili rezultirati disciplinskim postupkom protiv sudije.

Ovim dokumentom se nastoje sažeti takva razmišljanja, dati sudijama jasan pregled prednosti i nedostataka upotrebe društvenih medija i ponuditi preporuke za njihovo sigurno korištenje. Ove smjernice će se fokusirati na najpopularnije društvene platforme poput Facebooka, Instagrama i Twittera, koje sada koristi veliki broj onih koji imaju pristup internetu. Međutim, preporuke se odnose i na druge društvene medije kao što su YouTube, LinkedIn, Reddit i blogovi, kao i na platforme koje će tek nastati.

Postoje dobri razlozi zbog kojih sudije treba da koriste ili barem budu svjesne načina na koji društveni mediji funkcionišu. S jedne strane, aktivnost na društvenim mrežama može dovesti do etičkih pitanja i izazova. To uključuje primjerenost sadržaja koje objavljuju sudije, nenamjerno iskazivanje predrasuda ili interesa sudije kroz njegove postove i posljedice koje proizlaze iz interakcije predstavnika pravosuđa s trećim stranama. Ponašanje sudija na društvenim mrežama je vidljivo javnosti, pa stoga takve njihove aktivnosti mogu naštetiti povjerenju javnosti u pravosuđe. Stavovi na društvenim mrežama takođe mogu dovesti u pitanje nepristrasnost i pravičnosti sudskog postupka.

S druge strane, društveni mediji su efikasno sredstvo za edukovanje javnosti, dijelom i zato što dopiru do onog dijela javnosti za koji je to jedini način komunikacije sa pravosuđem. Korištenjem društvenih mreža može se poboljšati i percepcija i razumijevanje javnosti o radu sudova i nosilaca pravosudnih funkcija. Na kraju krajeva, društveni mediji imaju veliku ulogu u savremenom životu. Blanketna uputa sudijama da se jednostavno „drže dalje od društvenih mreža“ nije realna opcija u sadašnjem vremenu. Zbog toga dajemo osnovni skup preporuka kojima se sudije mogu voditi na društvenim mrežama.

Ovaj dokument je relevantan kako za sudije pojedince koji su aktivni na društvenim mrežama, tako i za one koji su odgovorni za utvrđivanje domaćih standarda ponašanja za nosioce pravosudnih funkcija uključujući: članove pravosudnih vijeća, predsjednike sudova, članove udruženja sudija i sve ostale članove profesionalne zajednice koji regulišu korištenje društvenih mreža od strane sudija.

Važno je naglasiti da se ove smjernice bave korištenjem društvenih mreža od strane sudija kao pojedinaca i da kao takve ne tretiraju posebno korištenje društvenih mreža od strane sudova, ministarstava ili domaćeg pravosuđa. Iako ove smjernice daju informacije koje su relevantne za one koji donose politike o pristupu informacijama o sudskim sistemima, institucionalni pristup korištenju društvenih mreža od strane sudova i ministarstava bi se nužno razlikovao, uzimajući u obzir potrebe i ciljeve edukovanja i informisanja javnosti o efikasnom pristupu i korištenju sudskih sistema, osiguravanju transparentnosti i povjerenja javnosti u institucije i vijestima o značajnim događajima.

Prilikom izrade ovog dokumenta, Institut CEELI i Mreža sudija naveli su širok spektar materijala i izvora informacija, uključujući politike društvenih mreža i preporuke međunarodnih organizacija.

Lista referenci data je na kraju ovog dokumenta. Na kraju, napominjemo da su ove smjernice zamišljene samo kao usmjeravajuća načela i kao takve ne predstavljaju „najbolje prakse“. Platforme društvenih medija se stalno mijenjaju, tako da će se „najbolje prakse“ nastaviti ubrzano razvijati uporedo sa razvojem platformi.

Prije nego što pređemo na set praktičnih preporuka, važno je naglasiti da ponašanje sudija na društvenim mrežama uvijek treba da bude u skladu sa Bangalorskim principima ponašanja sudija i drugim postojećim međunarodnim standardima, kao i jedinstvenim nacionalnim kodeksima sudijske etike. Takođe, na domaćim pravosudnim sistemima je da utvrde jasna pravila koja će se primjenjivati u slučaju da sudija ne ispunjava postavljene etičke standarde.

Christopher Lehmann
Izvršni direktor, Institut CEELI

¹ BANGALORSKI PRINCIPI SUDIJSKOG PONAŠANJA

(Bangalorski nacrt kodeksa ponašanja za sudije iz 2001. godine usvojen od strane Radne grupe za jačanje integriteta sudstva, revidiran na okruglom stolu predsjednika sudova održanom u Palati mira, Hag, 25. i 26. novembra 2002. godine https://www.unodc.org/pdf/crime/corruption/judicial_group/Bangalore_principles.pdf)

PREGLED PREPORUKA

1. Dostojno predstavljajte pravosuđe u SVIM sadržajima na društvenim mrežama

Uvijek zadržite profesionalan ton i budite svjesni svoje uloge sudije, čak i kada se radi o objavama u ličnom kontekstu. Svako ko radi u pravosuđu mora voditi računa o tome šta piše i objavljuje na mreži, bilo putem email-a, sms poruka ili postova na društvenim mrežama, jer je digitalni sadržaj lako i široko dostupan i može uticati na vaš rad na različite načine.

2. Nikada ne komentarišite predmete koji su u toku

U skladu sa Bangalorskim principima komentarisanje presuda ili predmeta koji su u toku posebno je osjetljivo, jer može izazvati sumnju u nepristrasnost i objektivnost sudija i sudskog sistema.

3. Ne koristite društvene medije kako biste istraživali stranke

Sudije moraju uzeti u obzir samo dokaze koje su iznijele stranke i sve činjenice koje su na propisan način predložene sudu. Sudije ne bi trebale samostalno da istražuju činjenice u predmetu na način drugačiji od onog predviđenog zakonom.

4. Vodite računa o tome koga prihvatate za „prijatelje” i šta i koga „lajkate”

Kada sklapaju prijateljstvo sa nekim na društvenim mrežama ili lajkaju određene objave, nosioci pravosudnih funkcija moraju voditi računa da ne ugroze svoju neutralnost. Interakcija na društvenim mrežama može stvoriti percepciju pristrasnosti, čak i ako ona ne postoji.

5. Izbjegavajte političke komentare i iznošenje stavova

Sudije treba da se uzdrže od političkih rasprava i iznošenja svojih političkih stavova u javnosti.

6. Prilagodite i pratite vaše postavke privatnosti

Redovno pregledajte svoje prisustvo na mreži i po potrebi prilagodite postavke privatnosti.

7. Zaštitite vaše lične podatke

Dobro razmislite prije nego što objavite bilo kakve lične podatke. Jednom kada objavite lične podatke na Facebooku ili bilo kojoj drugoj društvenoj mreži, teško ćete moći zadržati njihovu privatnost. Takvi lični podaci ostaju trajno prisutni i moguće je uvijek do njih doći, distribuirati ih ili štampati i godinama nakon slanja ili objavljivanja na mreži.

8. Edukujte vašu porodicu i prijatelje

Razgovarajte sa porodicom i prijateljima kako biste bili sigurni da i oni razumiju osjetljivost posla kojim se bavite i potencijalne posljedice njihovih postupaka na mreži ukoliko objelodane lične podatke ili fotografije koje bi mogle biti povezane sa vašim profilom.

9. Korištenje društvene medije u edukovanju javnosti

Platforme društvenih medija mogu se koristiti kao pozitivno sredstvo za angažovanje i edukaciju javnosti, promovisanje transparentnosti, zagovaranje, objašnjenje važnosti rada pravosuđa i pružanje informacija o aktivnostima pravosudnih institucija. Mnoge sudije širom centralne i istočne Evrope, ali i šire, uspješno koriste društvene mreže u tu svrhu.

10. Kontinuirano se edukujete o društvenim mrežama

Društvene mreže će i dalje biti prisutne, te su kontinuirano obrazovanje i obuka o upotrebi društvenih mreža od presudnog značaja. Između ostalog, sudije moraju biti upoznate sa funkcionisanjem društvenih mreža jer će pitanja u vezi sa njihovim korištenjem postajati sve relevantnija u predmetima koji su pred njima.

PREPORUKE SUDIJAMA ZA KORIŠTENJE DRUŠTVENIH MEDIJA

1. Dostojno predstavljajte pravosuđe u SVIM sadržajima na društvenim mrežama

Zamagljena linija između javnog i privatnog života jedna je od karakteristika interakcije na društvenim mrežama. Neformalno druženje sa porodicom i prijateljima postalo je dio javne sfere, posebno kada se fotografije i komentari postavljaju na internet. Za razliku od email poruka koje razmjenjuju dvije osobe, mnogo je teže kontrolirati komunikaciju u okruženjima društvenih mreža jer su one više otvorene prema javnosti. Svako ko radi u pravosuđu mora voditi računa o tome šta piše i objavljuje na mreži, bilo putem email-a, sms poruka ili objava na društvenim mrežama, jer je digitalni sadržaj lako i široko dostupan i može uticati na njihov rad na različite načine.

- Sudije treba da odrede da li će se na društvenim mrežama pojavljivati i njima koristiti u profesionalne ili lične svrhe.
 - Da li želite da se uvezete na profesionalnom planu i date svoj stručni osvrt? Pojedine sudije su u tome uspjevaju, drugima to baš i ne polazi za rukom.
 - Da li želite da objavite koju funkciju obavljate u pravosuđu? Da li u tom slučaju postoji uputa vaše institucije o tome na koji način da predstavite vašu profesionalnu ulogu?
 - Da li ćete društvene medije koristiti isključivo u lične svrhe da biste bili u nekoj neformalnoj, ličnoj vezi sa porodicom i prijateljima?
 - Ili želite samo da pasivno učestvujete na društvenoj mreži kao posmatrač koji ne objavljuje nikakve sadržaje (uključujući i komentare o prošlosti drugih članova te mreže)?
- Odlučite kako ćete se predstaviti na svom profilu. Ne radi se samo o utisku koji ostavljate, već i o potencijalnim dalekosežnim posljedicama vaših aktivnosti.
 - Da li ćete se pojavljivati pod pravim imenom ili pseudonimom? Imajte na umu da neke mreže ne dozvoljavaju pseudonime pa se njihova upotreba smatra kršenjem propisanih uslova (Facebook, na primjer, zahtijeva od korisnika da kreiraju nalog koristeći svoje pravo ime). Takođe, ako vaš pseudonim kasnije bude otkriven, to može naštetiti vašoj reputaciji.
 - Da li ćete koristiti vlastitu fotografiju ili sliku cvijeta, životinje ili karikaturu? Budite pažljivi pri odabiru. Dok vas lična fotografija izlaže mogućnošću da budete lako prepoznati, tu je slučaj hrvatskog sudije koji je kao profilnu sliku na Facebooku koristio lik iz crtanog filma, a advokat koji je predstavljao jednu od strana u krivičnom postupku zatražio je razrješenje sudije, jer je smatrao da je takva profilna slika neprimjerena.
- Zadržite profesionalan ton. Jasno naznačite da lična mišljenja koja ste objavili ne odražavaju stavove institucije u kojoj radite, niti su na bilo koji način povezana sa premetima na kojima radite. Ipak, čak i odricanje od odgovornosti možda neće biti dovoljno da osigura da vaše izjave neće biti shvaćene kao odraz vašeg službenog stava.

Možete pretpostaviti da će se, ukoliko ispred vašeg imena stavite funkciju „sudija“ ili „tužilac“, vaše objave smatrati vašim zvaničnim stavom i stavom institucije u kojoj radite.
- Ako su vaši postovi posvećeni podizanju svijesti o pravnim pitanjima, odlučite da li ćete koristiti iste kanale komunikacije za privatne objave, uključujući komentare ili slike o sportu, umjetničkim događajima, politici, društvenim trendovima i

porodičnim događajima. Miješanje profesionalnog i ličnog može biti zbunjujuće za one koji vas prate na društvenim mrežama, ali takođe može i pomoći u oblikovanju slike vas kao „stvarne osobe“, a ne kao nekog udaljenog simbola pravosudnog sistema, naizgled nedodirljivog za ostale članove društva u kom živite.

- Izbjegavajte postavljanje privatnih objava tokom radnog vremena, jer na svakom objavi stoji vrijeme objavljivanja. Ukoliko sudija vrijeme tokom radnog dana provodi na društvenim mrežama, umjesto na radnim zadacima, izlaže se tome da postane meta kritika.
- Ponašanje i interakcije koje se smatraju neprimjerenim i koje se ne bi tolerisale niti preporučile ni u stvarnim situacijama ne preporučuju se ni u virtuelnom svijetu, čak ni u privatnoj komunikaciji putem Facebook messenger ili drugih kanala direktne komunikacije. Sva digitalna komunikacija se može lako sačuvati i podijeliti.
- Sudije bi trebale da izbjegavaju bilo kakve neprimjerene ili nepristojne izraze i vulgarnosti, satirične izraze, sarkazam ili ironičnu kritiku, koje mogu dovesti do narušavanja i integriteta sudije. Kao što se navodi u Preporuci Udruženja sudija Češke (Dodatak II), objave (postovi) sudija na društvenim mrežama treba da čuvaju dostojanstvo sudijske funkcije i ne bi smjeli da dovode do kritika u vezi sa nepristrasnošću i nezavisnošću sudije. Negativna percepcija može naštetiti ne samo sudiji kao pojedincu već i cijeloj sudijskoj zajednici.
- Fotografije i komentari na Facebooku ili drugim društvenim mrežama, uključujući aplikacije za upoznavanje, trebalo bi da budu odmjereni i pristojni. Najsigurnije je drža ti se samo postavljanja onih objava, mišljenja ili fotografija koje bi mogle biti i na naslovnici uglednih dnevnih novina ili emitovane u udarnom terminu na nacionalnoj televiziji!

²Ksenija Renko, stručnjak za komunikacije, Jupiter Strategic Communication,

Zapažanja na predstavljanju Globalne mreže za integritet u pravosuđu, Beč, april 2018.

2. Nikada ne komentarišite predmete koji su u toku

Sljedeći princip iz Bangalorea odnosi se na sve forme komunikacije, uključujući društvene medije: „Sudija neće svjesno, u toku postupka ili u predmetu koji bi mu mogao doći na postupanje, davati komentare za koje se može opravdano očekivati da će uticati na ishod takvog postupka ili narušiti manifestovanu pravednost postupka. Takođe, sudija ne smije javno ili na drugi način davati komentare koji bi mogli uticati na pravednost postupka u odnosu na bilo koju osobu ili pitanje“.

- Komentarisanje presuda ili predmeta koji su u toku posebno je osjetljivo, jer može izazvati sumnju u nepristrasnost i objektivnost sudija i sudskog sistema.
- Ako snimate fotografiju kako biste je objavili na društvenim mrežama, imajte na umu da savremene kamere bilježe mnogo više detalja nego što je to vidljivo golim okom na vašem mobilnom telefonu. Većina društvenih mreža omogućava preuzimanje bilo koje postavljene fotografije, što olakšava zumiranje i pregled detalja, uključujući i dokumente na vašem stolu, imena iz privatnih datoteka u vašoj kancelariji i druge identifikacione podatke. Čak i ako nemate namjeru da otkrijete povjerljive informacije iz predmeta, postoji mogućnost da do toga dođe preko fotografije koju ste objavili.

3. Ne koristite društvene medije kako biste istraživali stranke

Sudije ne bi trebale samostalno da istražuju činjenice u predmetu na način drugačiji od onog predviđenog zakonom. Ovo pravilo se primjenjuje i na informacije dostupne u svim medijima, uključujući i elektronske.

- Sudije moraju uzeti u obzir samo dokaze koje su iznijele stranke i sve činjenice koje su na propisan način predočene sudu.
- Sudije treba da se suzdrže od istraživanja bilo kakvih dodatnih informacija na društvenim mrežama o strankama ili advokatima u predmetima u kojima postupaju.
- Imajte na umu da pojedine društvene platforme, poput LinkedIna, omogućavaju ko risniku da vidi ko je pregledao njegov profil. Nemojte polaziti od toga da društvene mreže možete koristiti anonimno.
- Ako vam neko pošalje privatnu poruku putem društvenih mreža ili na vaš zvanični email, posebno ako trenutno postupate u predmetu te osobe, trebalo bi da upozorite pošiljaoca da takva komunikacija nije dozvoljena. Takođe, nadležne organe odmah obavijestite da je došlo do ex-parte komunikacije. Preporuka je da se priloži odgovarajuća dokumentacija i suzdrži od dalje komunikacije sa tom osobom.

Na taj način ćete zaštititi svoj integritet i ugled pravosudne institucije.

³ BANGALORSKI PRINCIPI SUDIJSKOG PONAŠANJA, vidi fusnotu 1.

4. Vodite računa o tome koga prihvatate za „prijatelje“ i šta i koga „lajkate“

Određena komunikacija putem društvenih medija može stvoriti neželjeni odnos između pravosuđa i treće strane. Traju i rasprave o tome da li sudije treba da budu „prijatelji“ sa advokatima, tužiocima ili zastupnicima stranaka. Prihvatajući i proglašavajući nekoga za prijatelja na društvenim mrežama, to ne znači da je sudija tu osobu upoznao i u stvarnom životu, niti da između njih postoji neki dublji odnos. Ipak, nosioci pravosudnih funkcija treba da povedu računa o tome da ne ugroze svoju neutralnost, i da interakcija na društvenim mrežama može stvoriti percepciju pristrasnosti, čak i ako ona ne postoji.

- Generalno, sudije bi trebale biti oprezne i selektivne u odabiru „prijatelja“ na Facebooku. U većini slučajeva, sudije ne bi trebalo da budu prijatelji sa advokatima, policajcima ili drugim stranama koje se redovno pojavljuju pred sudijom na sudu. Međutim, to što sudija ima „prijatelje“ na Facebooku nije poseban problem sve dok im ne dozvoli da vrše bilo kakav uticaj. Ako se neko sa kim ste prijatelj na društvenim mrežama pojavi u nekom predmetu, preporuka je da o tome napravite službenu zabilješku.
- Budite posebno pažljivi kada „lajkate“ ili „pratite“ određenu političku grupu, vjersku grupu, medijske sadržaje ili druge Facebook stranice koje mogu da stvore negativnu percepciju javnosti o vašoj nezavisnosti. Organizacije, institucije i ljudi koje „lajkate“ ili „pratite“ su vidljivi javnosti.
- U svakom slučaju, izbjegavajte „lajkanje“ ili „praćenje“ neprimjerenih stranica koje promovisu rasizam, mržnju, homofobiju, netrpeljivost, netoleranciju ili bilo kakve predrasude.

5. Izbjegavajte političke komentare i iznošenje stavova

Sudija uvijek mora voditi računa o tome da komentari na društvenim mrežama ili drugdje, uključujući i javno izgovorenu riječ, ne ugroze dostojanstvo sudijske funkcije. Ako se njegova reputacija dovede u pitanje, narušava se povjerenje javnosti u pravosudni sistem i lična nepristrasnost i nezavisnost.

- Po pravilu, sudija ne smije javno, na bilo kojoj platformi društvenih medija, da iznosi svoje političke stavove, osim o pitanjima vezanim za pravosuđe. Tako nešto može dovesti do rizika i prigovora pristrasnosti, posebno ako bi sudija trebao da odlučuje o stvarima vezanim za neku političku stranku, pokret ili političko pitanje.
- Takođe se savjetuje uzdržavanje od političkih debata. Ako sudija učestvuje u razmjeni političkih mišljenja na platformama društvenih medija, čak i kao neutralna strana, njegova objektivnost postaje upitna ako ga se dovede u vezu sa tim razgovorom, što potom i direktno i indirektno dovodi u pitanje objektivnost čitavog pravosudnog sistema.

⁴ Mišljenje Savjetodavnog odbora za sudsku etiku u Južnoj Karolini, Kentakiju i Ohaju

6. Prilagodite i pratite vaše postavke privatnosti

Svaka društvena mreža ima svoju politiku pristupa objavljenom sadržaju, a prije njihovog korištenja treba se upoznati sa ovim pravilima, kao i pravilima ostalih internetskih servisa, poput bloga ili email-a.

- Svaki put kada nešto objavite na mreži, najbolje je poći od toga da to svako može vidjeti, jer ne možete znati da li su drugi to već podijelili sa svojim prijateljima unutar ili izvan mreže. Potpuno je izvan vaše kontrole da li će i kada i u kom kontekstu vaš post biti objavljen negdje na internetu. Kada izbrišete post, on više neće biti vidljiv vama ili vašim prijateljima na društvenoj mreži, ali treba poći od pretpostavke da on i dalje postoji negdje na mreži ili se i dalje može pojaviti u mrežnim pretraživanjima.
- Na Facebooku su sve objave ograničene na članove mreže s mogućnošću da odredite nivo vidljivosti vaših objava: javno, samo prijatelji, prijatelji izuzev ili samo jedna osoba. Ako su vaši postovi na Facebooku u početku označeni kao "javni" ili dostupni svim članovima mreže, a u određenom trenutku odlučite da promijenite status svojih poruka u "privatne", ta promjena statusa će se primjenjivati samo na vaše postove od tog trenutka. Prethodni postovi i komentari i dalje će biti dostupni svima na mreži. Takođe, imajte na umu da se pravila Facebooka o sadržaju i postavkama privatnosti mogu promijeniti u bilo kom trenutku. Isto važi i za druge platforme.
- Na Twitteru su sve poruke javno dostupne i onima koji nisu članovi te mreže, a tweet se može kopirati i dijeliti email-om ili na drugi način bez znanja osobe koja je napisala tweet. Tweet možete izbrisati, ali niko vam ne garantuje da ga neko nije sačuvao ili snimio.
- Savetujemo vam da redovno pretražujete svoje ime pomoću najčešće korištenih pretraživača. Kada vršite pretragu, moći ćete da pronađete internetske postove, članke i slike povezane sa vašim imenom; možete vidjeti da li ste objavili nešto što je još uvijek vidljivo ili vas je neko drugi spomenuo u okviru neke teme.
- Povremeno biste trebali pretražiti i različite platforme da biste utvrdili imate li lažne profile. Ako neko koristi vaše ime kako bi se lažno predstavljao ili objavljuje netačne podatke o vama, prijavite te profile na kontakt adresu pružaoca usluga društvenih mreža na kojima se profil pojavljuje.
- Ako koristite pseudonime da ne biste bili identifikovani, to vam ne garantuje da ćete ostati anonimni. Desio se slučaj kada je sudinica iz Grčke na svom blogu pod pseudonimom objavila rasistički komentar, ali je njen identitet ubrzo otkriven.

⁵ Udruženje sudija Češke, Etička ograničenja aktivnosti sudija na društvenim mrežama, 2017

7. Zaštitite vaše lične podatke

Jednom kada objavite lične podatke na Facebooku ili bilo kojoj drugoj društvenoj mreži, teško ćete moći zadržati njihovu privatnost. Takvi lični podaci ostaju trajno prisutni i moguće je uvijek do njih doći, distribuirati ih ili štampati i godinama nakon slanja ili objavljivanja na mreži.

- Otvaranje profila na društvenoj mreži podrazumijeva popunjavanje osnovnih podataka o sebi, prvenstveno vašeg imena i email adrese. Svi društveni mediji imaju svoja pravila za tražene informacije, koja mogu uključivati biografske podatke, pol, starost i druge osnovne identifikatore. Većina takođe omogućava i unošenje neobaveznih ličnih i profesionalnih detalja.
- Dobro razmislite prije nego što objavite bilo kakve lične podatke, uključujući vašu kućnu adresu, porodične slike ili informacije o školi koju pohađaju vaša deca.
- Podešavanje naloga za email ili društvene medije na bilo kojoj društvenoj mreži uključuje i odabir korisničkog imena i lozinke. Kvalitet odabrane lozinke je presudan za očuvanje integriteta vaše komunikacije. Kada birate lozinku, izbjegavajte uobičajene riječi iz rječnika, karakteristične brojeve kao što su godina ili datum rođenja, poštanski broj, ili broj telefona. Nikada ne koristite iste lozinke za pristup različitim internet uslugama; kada koristite istu lozinku za osiguranje naloga, ako otkriju lozinku na jednom od naloga, to će napadačima olakšati da lakše zloupotrijebe oba vaša naloga. Izbjegavajte da zapisujete svoje lozinke, posebno na samoljepljive papiriće koje postavljate na vidljiva mjesta. Budući da nije lako zapamtiti veliki broj različitih lozinki, u obzir možete uzeti sljedeće primjere:
 - Koristite početak stiha pjesme, poslovice ili rime koju znate napamet.
 - Dodajte izraz koji ćete lako pamtiti i koji nema sadržaj / asocijativne veze, nešto potpuno van konteksta.
 - Kombinujte velika i mala slova.
 - Dodajte brojeve.
 - Dodajte specijalne karaktere (# & / \$ %).
- Ako je dostupna, razmislite o korištenju dvofaktorske autentifikacije (koja se takođe naziva 2FA ili „dvofaktorska autentifikacija“). Većina usluga na društvenim mrežama danas ih koristi kako bi se korisnicima omogućio siguran pristup. Pored korištenja lozinke možete koristiti i dodatni kod (broj ili kombinaciju brojeva i slova). Najčešći način je da se kod pošalje SMS-om na vaš mobilni telefon. Ako koristite 2FA SMS, neka vam SIM kartica uvijek bude zaštićena PIN kodom. Budući da su telefoni, a naročito SIM kartice sve više meta napada, preporučuje se odabir drugog načina generisanja dodatnog koda za dodatnu verifikaciju identiteta.
- Izbjegavajte upotrebu javnih uređaja, poput računara na aerodromskim terminalima ili recepcijama hotela. Ako morate da koristite takve uređaje, uvijek se odjavite (eng. log out) nakon korištenja internet usluga. Čak i ako koristite vlastite uređaje, uključujući laptop ili mobilni telefon, preporučljivo je da se odjavite i zatvorite pretraživač. U idealnom slučaju, izbjegavajte upotrebu uređaja koje ne možete da kontrolišete, posebno za pristup bilo kom svom nalogu za email, poslovanje i bankarstvo ili društvene mreže.
- Službene email adrese koriste se isključivo za službenu prepisku i u poslovne svrhe. Za privatnu komunikaciju sa porodicom i prijateljima i za lične poslove treba koristiti privatni email.

- Iako je sve veći broj email poruka koje se prenose između servera šifrirano, uvijek biste trebali pretpostaviti da je sadržaj vaše email poruke dostupan i drugima. Ovo se posebno odnosi na email upućen na zvanične ili poslovne email naloge.

8. Edukujte vašu porodicu i prijatelje

Sudije treba da budu svjesne da čak i kada nisu prisutne na društvenim mrežama, članovi njihovih porodica ili prijatelji mogu dijeliti slike ili informacije povezane sa njima koje se mogu zloupotrijebiti ili izmanipulisati kako bi se izvršio uticaj na sudiju.

- Članovi porodice i prijatelji trebali bi poštovati granice i voditi računa o tome da ne ugroze vašu profesionalnu nepristrasnost, integritet ili dostojanstva putem sopstvenih naloga na društvenim medijima i prisustva na mreži.
- Razgovarajte sa njima kako biste bili sigurni da oni shvataju osjetljivost funkcije koju obavljate u pravosuđu i potencijalnih posljedica njihovih postupaka na mreži.
- Zatražite od njih da ne otkrivaju nikakve lične podatke poput adresa, fotografija sa odmora ili bilo koje druge informacije koje bi se mogle zloupotrijebiti.

9. Korištenje društvenih medija u edukovanju javnosti

Do sada smo se samo bavili preporukama o tome šta ne treba raditi na društvenim medijima. Korištenje ovih alata i prisustvo na mrežama donosi i brojne dobrobiti, posebno za sudije.

- Društveni mediji su odlično sredstvo za angažovanje javnosti, poboljšanje transparentnosti, zagovaranje ili objašnjenje važnosti rada pravosuđa i pružanje informacija o aktivnostima pravosudnih institucija. Mnoge sudije širom centralne i istočne Evrope, ali i šire, uspješno koriste društvene mreže u tu svrhu.
- Ako koristite društvene medije kao obrazovno sredstvo, budite svjesni da postoji mogućnost da trolovi (vidi Dodatak za definiciju) izvrgnu ruglu sve što govorite ili uradite. Interakcija s internetskim trolom rijetko donosi koristi, a često će rezultirati diskusijom koja nigdje ne vodi. Da biste se izborili sa trolovima, svakako ih možete ignorisati ili postaviti svoje lične granice prema vrstama komentara koje ćete prihvatiti ili dopustiti na platformama društvenih medija koje koristite.
- Platforme društvenih medija takođe mogu koristiti i grupe ili udruženja, a ne samo pojedinci. Na primjer, Udruženje sudija može da odluči da uspostavi uređenu stranicu društvenih medija.

10. Kontinuirano se edukujete o društvenim mrežama

Društvene mreže će i dalje biti prisutne, te su kontinuirano obrazovanje i obuka o upotrebi društvenih mreža od presudnog značaja. Sudije treba da budu u toku sa savremenim tehnološkim dostignućima, edukuju se o njihovim funkcijama i razumiju kontekst u kome nastaju određeni tehnološki sporovi. Imajte na umu da će se platforme i pravila kojima se reguliše njihova upotreba i dalje često mijenjati.

- Kontinuirano obrazovanje i obuka o upotrebi društvenih mreža su od presudnog značaja. Između ostalog, sudije moraju biti upoznate sa funkcionisanjem društvenih mreža jer

će pitanja u vezi sa njihovim korištenjem postajati sve relevantnija u predmetima koji su pred njima. Temeljito poznavanje okruženja sudija, uključujući međusobnu povezanost tehnologije, društvenih medija i zakona, povećaće povjerenje javnosti i legitimitet pravosudnih institucija i praksi u očima javnosti.

- Pravila će se tokom vremena i dalje razvijati. Uvijek postupajte oprezno i pokušavajte se pridržavati kodeksa ponašanja i domaćih i međunarodnih propisa, kao što su Bangalorski principi.

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/>

KRATKI SAVJETI ZA UPRAVLJANJE VAŠIM AKTIVNOSTIMA NA INTERNETU

Sudije ili nosioci drugih pravosudnih funkcija imaju veću odgovornost kada je u pitanju pridržavanje preporuka za korištenje novih komunikacionih tehnologija nego što je to slučaj sa prosječnim korisnicima. Nadamo se da će vam ove preporuke pomoći da izbjegnute neke od najčešćih grešaka.

Internet omogućava izlaz u vanjski svijet i otvara prostor za veću profesionalnu produktivnost, veću prominentnost, opseg i širi angažman širom svijeta. Međutim, vaše aktivnosti na mreži nisu samo tehnički kanal za komunikaciju u profesionalnom ili privatnom sektoru, već su odraz vaše sveukupne ličnosti i razmišljanja. Neophodno je razumjeti specifičnosti ovog okruženja kako biste ih mogli obuhvatiti postojećim pravilima ponašanja i etike. Takva integracija osigurava vašu sigurnost, kako na internetu tako i u stvarnom svijetu.

Kada se odlučujete za korištenje internet usluga, pridržavajte se sljedećih preporuka:

Mudro birajte pružaoca internet usluga imajući u vidu svrhu vaših aktivnosti. Da li su oni profesionalni ili privatni ili oboje?

Imajte na umu da sadržaj koji unosite (od alfanumeričkih podataka, do fotografija i video zapisa) sa svog uređaja nije dostupan samo na tom određenom uređaju, već i samom operatoru a potencijalno i ostalim korisnicima iste usluge.

Brisanje unesenog sadržaja ili bilo koje druge objave ne znači da ovi podaci nisu trajno dostupni drugima, niti da vaš pružalac internet usluga ili neki drugi korisnik ne može doći do njih u njihovom izvornom ili izmijenjenom obliku.

Upoznajte osnovne karakteristike pružalaca internet usluga koje ćete koristiti i imajte na umu opšte preporuke vašeg pružaoca internet usluga.

Kada otvarate korisnički profil (email ili profil na društvenoj mreži):

- Izaberite ime na vašem profilu koje ne mora biti identično vašem korisničkom imenu. Ovo je važno za vaš (profesionalni i privatni) identitet na internetu. Zapamtite da čak i ako koristite pseudonime, morate se pridržavati svih etičkih standarda koji se odnose na vašu profesiju.
- Koristite jedinstvene autentične podatke.
- Izaberite visokokvalitetnu lozinku koja je sigurna (koristite mala i velika slova, brojeve, posebne znakove) i onu koju ćete lako zapamtiti.
- Pročitajte sve sigurnosne poruke od vašeg internet operatera i potvrdite ih tek kada budete sigurni da su autentične.
- Obavijestite svog pružaoca internet usluga ako vidite nešto što nije u skladu sa vašim identitetom na internetu ili sa vašim profilom.
- S kolegama na sudu ili ljudima iz privatne sfere komunicirajte na isti način kao što biste to radili u svakodnevnom životu. Sačekajte i razmislite o prednostima i nedostacima prije nego što pošaljete bilo kakvu javnu ili privatnu poruku.
- Uzdržite se od komentara o mišljenjima i raspravama drugih učesnika, posebno ako primijetite da te diskusije prelaze granicu prihvatljivog. Postarajte se da vas javnost vidi kao cijenjenu osobu kada je u pitanju komunikacija.
- Prije nego što se pridružite raspravi o nekoj aktuelnoj temi, uvjerite se da je autentična i da su vam

poznate sve relevantne činjenice. Imajte na umu da će vaši komentari uvijek biti važan doprinos svakoj diskusiji.

- Ponavljamo: Razmislite prije nego što objavite!

- Obratite posebnu pažnju na komunikaciju koju vodite na mreži sa kolegama i potencijalnim ili trenutnim klijentima. Web komunikacija i dalje podliježu istim pravilima i propisima kao i komunikacija u stvarnom svijetu. Ako primijetite da je neka komunikacija neprikladna, prekinite je i obavijestite nekoga o problemu. Na primjer, incident vezan za neprimjerenu komunikaciju možete prijaviti putem opcije za prijavljivanje problema na društvenoj mreži ili pružaocu internet usluga.

- Ograničite korištenje interneta tokom radnog dana kako biste izbjegli potencijalni negativni uticaj na vaš rad i na vaš privatni život.

- Cilj je da kontrolirate na koji način koristite nove tehnologije, a da ne ograničavate vaše učešće u društvenim komunikacijama, te da ih koristite na najefikasniji i najpozitivniji mogući način.

DODATAK I

1. Istorija društvenih medija

Rane društvene mreže poput AOL Chat Rooms, LiveJournal i MySpace pojavile su se krajem 1990-ih. Poslije tog vremena razvijene i trenutno popularne društvene web-stranice su: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube, Google+, WeChat, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Viber, WhatsApp, Wikipedia, Reddit, VKontakte u Rusiji, Weibo u Kini i druge. Najveće podsticaj korištenju društvenih medija stigao je uvođenjem pametnih telefona koji omogućavaju milijonima korisnika da se svakodnevno s lakoćom povezuju, a od samog početka razvoja društvenih medija, korisnici interneta kontinuirano povećavaju količinu vremena provedenog na web-stranicama društvenih medija.

Prednosti sudjelovanja u društvenim medijima proširile su se i izvan jednostavnog dijeljenja sadržaja na društvenim mrežama. Korisnici se sada fokusiraju na izgradnju reputacije, proširivanju poslovnih prilika i prilika za karijeru te ostvarivanju prihoda. Do sredine 2018. godine, globalna populacija je brojala oko 7,6 milijardi ljudi, a 4,3 milijarde ljudi imaju pristup internetu. Trenutno preko 3 milijarde ljudi koristi barem jednu društvenu mrežu. Danas se društveni mediji sastoje od hiljada društvenih platformi. Iako su neke platforme društvenih medija popularnije od drugih, svaka platforma nudi nešto drugačije. Primjera radi: Instagram pruža zadovoljstvo ljudima putem fotografije, a oni koji koriste Instagram obično su mlađi od trideset pet godina. Ljudi stariji od trideset pet godina vjerovatnije će koristiti Facebook da bi podijelili svoja lična iskustva i da se povežu sa ljudima iz svog društvenog kruga i šire. Twitter je savršen za one koji žele komunicirati kratkim porukama od 280 znakova ili manje.

Samo Facebook ima preko 2 milijarde korisnika. Ostali društveni mediji ciljaju korisnike iz određenih zemalja ili područja s jezičkom sličnošću te imaju znatno manji broj korisnika, ali značajniji uticaj na lokalno okruženje(a) i stanovništvo(a) koje(a) ih koristi(e). Na primjer, ruska društvena mreža VKontakte (VK) ima 477 miliona korisnika iz ruskog govornog svijeta, dok najpopularnija kineska društvena mreža Weibo ima preko 500 miliona korisnika. Postoje stotine drugih društvenih mreža koje povezuju korisnike zainteresovane za određene teme i područja od interesa; iako manje popularne u pogledu korištenja i društvenog uticaja, one su i dalje korisne i važne.

2. Definicije

2.1 Definicija društvenih medija

Iako su društveni mediji promijenili individualnu i organizacijsku komunikaciju, ona se u mnogočemu razlikuje od komunikacije i medija u tiskanom obliku (npr. časopisa i novina) ili od tradicionalnih elektroničkih medija (poput televizije). Te razlike uključuju: kvalitet, doseg, učestalost, upotrebljivost, neposrednost i učinak. Društveni mediji imaju mnogo izvora sadržaja i mnogo primatelja tog sadržaja, dok tradicionalni mediji poput radija ili novina imaju samo jedan izvor a mnogo primatelja. Najveća razlika između tradicionalnih i društvenih medija je ta što društveni mediji dopuštaju svakome da kreira i dijeli vlastiti sadržaj, bilo da je riječ o blogu, slici, videu ili ažuriranju statusa. A zbog uticaja i dosega interneta, profilu na društvenim medijima, blogu ili YouTube kanalu može se lakše pristupiti nego što je to slučaj s tradicionalnim medijima u nekim zemljama.

Wikipedia definiše društvene medije kao: „interaktivne računalno posredovane tehnologije koje olakšavaju stvaranje i razmjenu informacija, ideja, zanimanja za karijeru i drugih oblika izražavanja putem virtualnih zajednica i mreža. Takođe se napominje da „Korisnici obično pristupaju uslugama društvenih medija putem internetskih tehnologija koristeći se stolnim i prenosnim kompjuterima, tabletima ili pametnim telefonima. Kada se bave ovim uslugama, korisnici mogu kreirati vrlo interaktivne platforme preko kojih pojedinci, zajednice i organizacije mogu dijeliti, skupa kreirati, diskutovati i mijenjati sadržaj koji korisnik generiše ili unaprijed pripremi i objavio na mreži”⁸

2.2 Definicija najčešće korištenih društvenih medija

Sljedeći društveni mediji su posebno popularni u Srednjoj i Istočnoj Europi: Facebook: je popularna, besplatna društvena mreža koja registrovanim korisnicima omogućuje kreiranje profila, učitavanje fotografija i videozapisa, slanje poruka i održavanje kontakta sa prijateljima, porodicom i kolegama. Facebook se stalno razvija i trenutno je dostupan na više od 37 različitih jezika. Nudi javne sadržaje kao što su:

- Marketplace - omogućava članovima da objavljuju, čitaju i odgovaraju na klasifikovane/odabrane oglase.
- Grupe - omogućava članovima koji imaju zajedničke interese da pronađu jedni druge i komuniciraju.
- Događaji - omogućava članovima da objave događaj, pozovu goste i prate ko planira da prisustvuje.
- Stranice - omogućava članovima da kreiraju i promovišu javnu stranicu koja se tiče određene teme.

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

Svaki pojedinačni korisnik može urediti postavke privatnosti i vidljivost (ili nevidljivost) svoje Facebook stranice i objave. Sve interakcije objavljuju se u feedu vijesti koji se u stvarnom vremenu distribuira prijateljima članova.⁹ Facebook je uveo različite opcije koje korisnici mogu koristiti za odgovor na postove. U skladu s korisničkim postavkama privatnosti, drugi mogu vidjeti šta vam se sviđa ili na drugi način odgovoriti na to. Ovo je pitanje vrlo važno kada se razmatraju mogući sukobi interesa.

Instagram: Instagram je društvena mreža (u vlasništvu Facebooka) za objavljivanje fotografija i video zapisa. Instagram ima mogućnost primjene velikog broja foto filtera kako bi fotografije izgledale profesionalnije. Korisnici mogu kliknuti 'sviđa mi se' (eng. like) i komentarisati objave (eng. post) drugih korisnika i mogu sinhronizovati objavljenu fotografiju na Instagramu tako da je odmah učitaju u Twitter feed i / ili Facebook profil korisnika. Na osnovu broja korisnika (kojih je bilo milijarda do juna 2019.), Instagram je pozicioniran kao jedna od najpopularnijih društvenih mreža.¹⁰

LinkedIn: LinkedIn je društvena mreža namijenjena profesionalcima da predstave svoje lične poslovne profile. Omogućuje vam postavljanje profila koji prezentuje vaše obrazovanje, stručne kvalifikacije i članstvo u profesionalnim grupama i udruženjima. LinkedIn profili u osnovi su profesionalna biografija koja poslovnim saradnicima korisnika omogućava uvid u trenutno zaposlenje korisnika i kontakt podatke. Korisnici LinkedIn-a mogu izgraditi mrežu profesionalnih kontakata s drugim ljudima iz svog radnog okruženja. Korisnici mogu postati članovi različitih LinkedIn profesionalnih / tematskih grupa, koje služe kao platforma za razmjenu mišljenja o različitim stručnim pitanjima.

Tinder: Nijedna rasprava o društvenim medijima ne bi bila potpuna bez osvrt na aplikacije za druženje, jer ih često koriste i sudije. Jedna od najpopularnijih aplikacija trenutno je Tinder - mobilna aplikacije za upoznavanje koja se bazira na lokaciji i koja omogućava korisnicima da kreiraju svoj profil, objave sliku i dodaju opis. Nakon što kreiraju svoj profil, korisnici mogu 'lajkati' (prelazeći preko zaslona prstom udesno) ili ne 'lajkati' (prelazeći preko zaslona prstom ulijevo) drugim korisnicima. Takođe, omogućava korisnicima da razgovaraju ako se oba korisnika međusobno 'lajkaju' u aplikaciji. Informacije dostupne korisnicima zasnivaju se na preuzetim slikama i na kratkoj biografiji koju korisnici napišu. Iako nije naša namjera savjetovati sudije ili regulisati njihovu upotrebu ove i drugih aplikacije za upoznavanje, treba imati u vidu da one predstavljaju još jedan oblik društvenog umrežavanja. Postoji i mnogo drugih aplikacija za upoznavanje, uključujući Match.com, Badoo, Grindr i Bumble, ali čini se da je Tinder najpopularniji. Suci očito trebaju biti posebno oprezni i razboriti u pogledu informacija koje daju o sebi i fotografija koje postavljaju na ovim platformama.

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

¹⁰ The Psychology Behind Why Instagram Is So Addictive, Drake Baer, 2014,

<https://www.businessinsider.com/psychology-of-why-instagram-is-addictive-2014-11>

Twitter: Twitter je društveni medij za objave poruka do 280 slova i brojeva. Omogućava i postavljanje fotografija i linkova na druge stranice i primanje poruka od pratilaca.

Popularna opcija Twittera je 'retweeting' ili ponovno postavljanje 'tweeta' drugog korisnika.

'Hashtags' se može koristiti za praćenje koliko je ljudi 'tweetalo' ili objavljivalo određenu temu, a Twitter navodi najpopularnije teme dana kao 'Trending Topics'. U nekim zemljama Twitter važi za mrežu putem koje se brže prikupljaju informacija. Twitter se takođe u skorije vrijeme koristio kao alat za organizaciju brojnih visokih društvenih i političkih događaja širom svijeta.

2.3 Opasni alati društvenih medija

Društveni mediji mogu biti podložni širokom spektru zloupotreba i manipulacija. Neke od ovih slabosti su:

Cyborg: Kiborzi su, u kontekstu društvenih medija, ili ljudi potpomognuti robotima ili roboti potpomognuti ljudima.¹¹ Konkretni primjer kiborga u kontekstu društvenih medija je ljudsko biće koje registruje korisnički nalog za koji postavi automatizovane programe za objave, kao što su tweetovi, za vrijeme svoga odsustva.

S vremena na vrijeme, čovjek sudjeluje, 'tweetuje' i komunicira s prijateljima. Kiborzi se razlikuju od botova, jer botovi koriste automatizaciju, dok kiborzi imaju osobine i ljudskog i automatiziranog ponašanja. Nažalost, kiborzi nude jedinstvene mogućnosti za širenje lažnih vijesti. Dok se kiborg pokušava predstaviti kao čovjek, što uključuje broj prijatelja ili sljedbenika koji izgleda realan, i dalje mnogi od ovih korisničkih naloga koriste 'farme prijatelja' za prikupljanje velikog broja prijatelja u kratkom vremenskom periodu.

¹¹Detecting Automation of Twitter Accounts: Are you a Human, Bot or Cyborg? (Otkrivanje automatizacije Twitter računa: Jeste li čovjek, bot ili kiborg?) 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>

Lažne vijesti: Lažne vijesti i propaganda su stari koliko i čovječanstvo. Međutim, s javnim pristupom internetu i brzinom razmjenu informacija na društvenim mrežama to je nedvojbeno postalo opasnije. Postoji pet kategorija koje se zajedničkim imenom nazivaju 'lažne vijesti'.¹² Neke su kategorije vijesti lažne (dezinformacije), dok se druge pripisuju pristranim informacijama (pogrešne informacije). Bez obzira na to, svi imaju vrlo labavu vezu s istinom i u osnovi im je konstantna namjera da obmanjuju. U nastavku su primjeri formi u kojima se lažne vijesti javljaju:

- Zbunjujuće vijesti koje su poluistinite, ali korištene u pogrešnom kontekstu, a koje su izvedene iz selektivno izabranih stvarnih činjenica kako bi se našle u novinskim naslovima te imaju tendenciju da pogrešno tumače činjenice nekog događaja.
- Aljkavo izvještavanje koje sadrži zrnice istine, ali nije u potpunosti provjereno, a koje se zatim koriste za podršku određenog stava ili pogleda.
- Zbunjujuće vijesti koje se ne temelje na činjenicama, ali koje podržavaju tekuću priču. To uključuje vijesti koje nemaju uporište u činjenicama, često tamo gdje se ideologije ili mišljenja sukobljavaju i gdje se pojavljuju nesvjesne pristranosti. Teorije zavere uglavnom spadaju ovde.
- Namjerno obmanjujuće vijesti koje su namjerno izmišljene da bi se zarađivalo putem broja klikova, da bi se izazvala konfuzija ili nezadovoljstvo ili u svrhu senzacionalističke propagande. Te se priče obično distribuiraju putem lažnih web stranica (eng. imposter news sites) koje su dizajnirane da izgledaju poput 'pravih' brendova ili putem web stranica s lažnim vijestima. Često koriste video i grafičke slike kojima se na neki način manipulira.

Lažne vijesti često se koriste za diskreditaciju političkih ili poslovnih protivnika.

Jednu lažnu vijest objavila je web stranica kreirana da podsjeća na ABC News neposredno prije predsjedničkih izbora 2016. godine, pod naslovom, „Obama potpisuje izvršni nalog kojim se zabranjuje polaganje svečane zakletve u školama širom zemlje“. U samo dva mjeseca ova 'vijest' je imala više od 2,1 milion dijeljenja, komentara i reakcija.

¹²Izvor: 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/>

Bot: „Bot je automatizirana aplikacija koja se koristi za obavljanje jednostavnih i ponavljajućih zadataka koji bi čovjeku oduzimali mnogo vremena ili bili svakodnevni ili nemogući za obavljanje. Botovi se mogu koristiti za produktivne zadatke, ali često se upotrebljavaju i u zlonamjerne svrhe.“¹³ Društveni bot (eng. socialbot) je posebna vrsta bota koji se koristi u mrežama društvenih medija kako bi automatski generisao poruke (npr. tweetove) ili zagovarao određene ideje, podržavao određene kampanje i uticao na reakciju javnosti ponašajući se kao ‘pratilac’ ili čak kao lažni profil koji ima svoje pratioce. Procjenjuje se da bi 9-15% aktivnih Twitter korisničkih naloga mogli biti društveni botovi¹⁴, a da je 15% od ukupnog broja twitteraša koji su bili aktivni u raspravi o predsjedničkim izborima u SAD-u 2016. zapravo bili botovi.¹⁵ I tokom glasanja o Brexitu 2016., prema ekonomskoj studiji¹⁶, botovi su dodali 1,76 procentnih poena na glasove za izlazak iz EU, dok je Britanija vagala da li ili ne ostati u EU.

Troll: Internetski trol (cyber-maltretiranje, uznemiravanje putem interneta) je osoba koja pokreće svađe ili uznemirava ljude na internetu kako bi odvratila pažnju i širila razdor. Studija iz 2016. godine za NATO-ov Centru izvrsnosti za stratešku komunikaciju o hibridnom ratu primjećuje da je, na primjer, ukrajinska kriza „pokazala kako se lažni identiteti i korisnički računi koriste za širenje priče putem društvenih medija, blogova i web komentara kako bi se manipuliralo, uznemiravao ili obmanjivao protivnike“¹⁷

Viral: Objave ili web stranice na društvenim mrežama koji postaju popularni i dijeli ih veliki broj korisnika te ih ponovno dijele njihovi kontakti postaju ‘viralni’. Analogija je u virusnoj zaraznoj bolesti (eng. viral infectious disease) koja se brzo širi sa jedne osobe na drugu. Većina društvenih mreža omogućuje korisnicima ponovno dijeljenje objava ili web mjesta jednostavnim klikom na gumb ‘dijeli’ (eng. share)

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 and Emilio Ferrara (2016-11-07), First Monday.

¹⁶Authors 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

3. Uticaj društvenih medija na društvo

Uprkos povezivanju ogromnog broja ljudi, primijećeno je da društveni mediji jačaju postojeće društvene grupe i podjele. Društveni mediji omogućavaju ljudima formiranje efekta poznatog kao „eho-komora“, koji odbacuje informacije koje osporavaju njihove stavove. Selektivna izloženost uglavnom se odnosi na sklonost ljudi da favoriziraju informacije koje pojačavaju njihove ideje i odbacuju informacije koje su u suprotnosti s njihovim idejama.¹⁸ Kako tehnologija postaje sve personaliziranija, raste i selektivna izloženost koja onda vodi u ideološku polarizaciju.

Nedavno istraživanje Univerziteta Blanquerna¹⁹ u Španiji pokazalo je da društveni mediji i mediji uopšte imaju moć povećavanja stereotipa ne samo kod djece već i kod ljudi svih dobi. Internetski aktivist Eli Pariser izmislio je naziv filter bubble²⁰, za intelektualnu izolaciju koja može uslijediti kada algoritam web mjesta selektivno pogađa koje informacije korisnik želi vidjeti na temelju podataka o korisniku, kao što su lokacija, prošlo ponašanje i klikanje i istorija pretraživanja. Kao rezultat toga, korisnici imaju manji pristup informacijama koje osporavaju njihove stavove, učinkovito ih izolirajući u vlastitim kulturnim ili ideološkim oblačićima (eng. bubble).²¹

4. Društveni mediji u politici i javnom životu

Brzo širenje informacija na društvenim medijima može brzo uticati na političke i javne ličnosti, bilo da su informacije istinite ili ne. Društveni mediji otvoreni su forum koji svakome daje glas da govori protiv vladinih režima kao i pojedinih javnih ličnosti uključujući suce. „Društveni mediji postaju glavni kanal za društvenu mobilizaciju i kritiku vlade jer vlada ne može kontrolisati ono što mi kažemo na internetu.“²²

Komunikacijske platforme su uvjerljive i često djeluju kako bi uticale na političke stavove zbog obilja ideja i mišljenja koji kruže platformom društvenih medija. Mlađe generacije su sve više uključene u politiku i javni život, uključujući ispitivanje politike i uloge pravosuđa, zbog porasta političkih vijesti objavljenih putem raznih društvenih mreža. Iako je informisanje mlađih generacija o političkim pitanjima važno, u sferi društvenih medija može biti mnogo pristranosti. Outsajderima može biti teško da istinski shvate razloge razilaženja u stavovima jer nisu direktno uključeni, a društveni mediji mogu stvoriti lažan osjećaj razumijevanja upravo kod ljudi koji nisu direktno uključeni u određena pitanja.

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

¹⁹Díaz-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* (in Spanish). 26 (56): 81–89. doi:10.3916/c56-2018-08. ISSN 1134-3478.

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

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

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

5. Vlasnici podataka na internetu

Kada koristimo jednu od besplatnih usluga e-pošte (Gmail, Yahoo itd.), pretpostavljamo da su sve poruke poslana i primljene vidljive samo nama i našim adresatima. Međutim, naša se e-pošta nalazi i na serverima u onome što je poznato kao 'oblak' - IT infrastrukturi koja omogućava masovno čuvanje podataka. Ova se infrastruktura nalazi u velikim računarskim centrima širom svijeta, na više mjesta istovremeno.

Vaše su poruke 'privatne' utoliko da neće biti poslana na bilo koju već na željenu adresu. Međutim, sadržaj vaših poruka dostupan je vlasnicima servera koji ga koriste kako bi pružili vama prilagođeno korisničko iskustvo. Oglasi koje primite više odgovaraju vašem ukusu, a informacije o lokacijama koje ste posjetili se pohranjuju da bi se kasnije iskoristile.

Naši privatni adresari također su pohranjeni u oblak, a njihov integritet ovisi o jačini naše lozinke i o tome koliko je operater koji raspolaže podacima siguran od vanjskih napada.

Pohranjivanje u oblaku ima prednosti zbog mogućnosti dijeljenja i pohranjivanja podataka na platformama, ali i nedostatak jer neko drugi može potencijalno zloupotrijebiti ovu opciju i preuzeti vašu listu kontakata. Vrijeme fizičkih adresara koji su se mogli držati sakriveni od znatiželjnih pogleda je davno prošlo.

Podaci koje ostavljamo koristeći se raznim internetskim uslugama nisu ograničeni na biografske i kontaktne podatke već uključuju i informacije o ukupnom ponašanju neke osobe na internetu. To znači svaku aktivnost (svaki 'klik') koju preduzmete, počevši od toga koje web stranice posjećujete i koje pojmove pretražujete do svakog 'like' kojeg kliknete i komentara kojeg napišete na društvenim mrežama. Svi ovi podaci kontinuirano se koriste u komercijalne svrhe, kako bi se upotpunio vaš korisnički profil.

Naši podaci - adresari, e-poruke, postovi na našim mrežnim profilima - čuvaju se na našim uređajima. Kad isključimo elektronički uređaj, naše virtualne aktivnosti zadržane su do sljedeće upotrebe. Ipak, ne shvatamo da su kamera i mikروفon povremeno uključeni bez našeg znanja.

Digitalni 'tragovi' vaših aktivnosti pohranjuju se proizvoljno, a vaša sposobnost da utičete na njih je minimalna ili uopšte ne postoji. Vjerovatno je da nikada nećete doći u situaciju da će se od vas tražiti da povučete, izbrišete ili promijenite takve podatke. Ali, ako se nađete u toj situaciji, vidjet ćete da su sve popularne društvene mreže pod jurisdikcijom drugih zemalja, a kopije tih podataka se nalaze u nekoliko zemalja istovremeno.

Brisanje podataka na vašem uređaju može također omogućiti njegovo brisanje iz banke podataka u kojoj su pohranjeni (npr. nakon 30 dana, u slučaju da se predomislite), ali čak i tada, ne postoji način da se utvrde da su podaci (izjave, fotografije) u potpunosti izbrisane i da se neće više pojavljivati. Na primjer, vaši 'prijatelji' na društvenim mrežama su mogli spremati vaše objave za kasniju upotrebu. Konačno, postavlja se pitanje vlasništva nad sadržajem društvenih medija ili na sadržaj koji nastaje interakcijama na društvenim medijima. Vlasništvo nad sadržajem na platformama društvenih medija uvijek je bilo nejasno jer ga generiraju korisnici a hostira kompanija. Tome se pridodaje opasnost po sigurnost informacija koje mogu procuriti do trećih strana ili opasnost od 'parazita' koji pročešljavaju podatke za potrebe vlastitih baza podataka. Trenutna situacija je takva da su stvarni vlasnici sadržaja kreiranog na web stranicama društvenih medija velike korporacije koje posjeduju te web stranice, a rijetko korisnici koji su ih kreirali.

Zagovornici prava na privatnost upozoravaju korisnike društvenih medija na prikupljanje njihovih ličnih podataka. Neke informacije mogu se prikupljati bez korisnikovog znanja ili pristanka putem elektronskog praćenja i aplikacija trećih strana.

Podaci se mogu prikupljati i za potrebe policije ili vlade ili putem špijunaže društvenih medija koristeći tehnike 'rudarenja podataka'. Kad dijelite informacije na društvenim medijima, zapamtite da te informacije više nisu privatne. Opšte je poznato da je vrlo važno pratiti šta dijelite i biti svjesni s kim biste potencijalno mogli podijeliti te informacije. Neki korisnici društvenih medija ne shvaćaju da bi iko izvan njihovog kruga prijatelja mogao čitati njihove objave. Međutim, na nekim društvenim medijima, osim ako korisnici ne odaberu postavke veće privatnosti, njihov se sadržaj automatski dijeli sa širokom publikom. Nakon što je nešto objavljeno, dostupnost tom sadržaju ostaje konstantna čak i ako odaberemo tko će ga potencijalno moći pregledati.

Većina korisnika želi započeti s korištenjem internetske usluge što je prije moguće i dati svoj pristanak na uslove korištenja bez oklijevanja - a često i bez čitanja uslova, malo razmišljajući o posljedicama pravnog odnosa koji su tom prilikom sklopili. Preporučujemo da nosioci pravosudnih funkcija pročitaju ugovor o uslovima korištenja te nakon razumnog razmatranja uslova i na temelju informacija donesu odluku o tome kako postupati.

6. Pitanje privatnosti na društvenim medijima

Danas, u vremenu društvenih mreža, pojavljuju se problemi kada komunikacija koja je privatne prirode - zbog specifičnosti internetskih medija - postaje javna. U ovoj je situaciji važno odlučiti hoćete li i na koji način odgovoriti, kao i uzeti u obzir tehnološke specifičnosti svakog komunikacijskog kanala.

Važno je napomenuti da se konverzacija putem internet najčešće vodi u pisanom obliku. Unošenjem teksta (objave i komentara) ili objavljivanjem fotografije nastaje sadržaj koji će biti dostupan bilo kojoj zainteresiranoj strani. Svaki 'like' ili 'retweet', svaki dvosmjerni komentar ili samo emoji (npr. smajli) zapravo je dokument koji ste poslali drugoj osobi ili 'internetskoj publici' općenito. Ovaj sadržaj može sadržavati vaš potpis, lokaciju i uređaj koji koristite. Opaska data na pauzi za kafu tokom konferencije pred nekolicinom kolega vjerovatno neće ostati u svijesti većine slušatelja duže od kraja tog radnog dana. Ista opaska poslana kao e-mail ili kao tweet ili kao status na Facebooku postaje sadržaj koji se arhivira za buduću upotrebu i može se ponovno pojaviti na način na koji niste očekivali godinama kasnije u potpuno drugom kontekstu.

Jedna od najvećih opasnosti u internetskoj komunikaciji je mogućnost brzog reagovanja ili trenutnog postavljanja komentara na nečiju objavu. Tehnologija vam omogućava da izrazite svoje stavove gotovo u stvarnom vremenu, kao da razgovarate licem u lice s osobom. Važno je suzbiti pritisak da se odmah odgovori, pogotovo ako se radi o raspravi koja potencijalno može dovesti do svađe. Najlakši način da kontrolišete svoju internetsku komunikaciju je da si date više vremena za odgovor. Ako se ne možete suzdržati od odgovora, odmah napišite izjavu, ali nemojte je poslati. Pričekajte sljedeće jutro i kad ponovo pročitate odgovor, najvjerovatnije ćete izmijeniti poruku.

U bilo kojoj situaciji ponašajte se s poštovanjem i izbjegavajte komentare o trećim stranama, društvenim pitanjima, političkim stavovima, ličnim karakteristikama itd. koji bi se, čak i godinama kasnije, u drugim kontekstima, mogli negativno odraziti na vas ili vašu reputaciju. Isto vrijedi i za fotografije / video zapise. Foto album koji ste podijelili s prijateljima i rodbinom na obiteljskom okupljanju mogao bi imati sasvim drugačije značenje ako se jednog dana (možda i godinama kasnije) pojavi na naslovnoj stranici tabloida ili online portala. Pokušajte očima drugih vidjeti vlastiti objavljeni sadržaj.

7. Rizik od zloupotrebe

Čak i ako ste primijenili sve savjete za odabir kvalitetne lozinke, vaš se profil i dalje može zloupotrijebiti. Napadač može pronaći vašu lozinku na različite načine, bilo putem zlonamjernog softvera instaliranog na vašem računaru ili putem hakerskog napada na vašeg pružaoca internetskih usluga. Jedan od najzloglasnijih slučajeva bio je napad na Yahoo koji je kompromitirao više od milijardu korisnika.²³ Ako sumnjate da je vaš Facebook profil zloupotrijebljen, slijedite upute koje je Facebook pripremio za takve slučajeve.²⁴ Isto se odnosi na sve ostale dostupne internetske usluge od e-pošte do društvenih mreža (Twitter²⁵, LinkedIn²⁶, Instagram²⁷ itd.).

Obično možete izbrisati neželjene komentare, ali za to je potrebno da pratite svoj online profil. Iako nemate izravnu odgovornost za komentare drugih ljudi (koji jesu ili nisu na vašoj listi prijatelja), pojavljivanje njihovih komentara na vašem profilu može ukazivati na bliskost koja bi vam bila neprihvatljiva u nekom drugom kontekstu.²⁸

Najteža vrsta zloupotrebe je lažiranje vaših poruka i postova, posebno fotografija i video zapisa. Ne možete spriječiti ove slučajeve, ali ako je vaš raniji sadržaj na društvenim mrežama uspostavio određeni model ponašanja na internetu, zlonamjerna lažiranja mogu se lakše opovrgnuti. Stoga je potrebno interpretirati nacionalne etičke kodekse (koji spominju „ponašanje van suda“) u kontekstu koji se odnosi na virtualne prostore.

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>

²⁸Neki usluge postoje samo za praćenje izbrisanih poruka, poput <https://politwoops.eu/> koji mogu otkriti izbrisane poruke u periodu od objavljivanja do brisanja.

8. Primjeri sigurnosnih postavki za korisničke naloge na društvenim mrežama

Facebook: Postavke privatnosti na vašem nalogu omogućavaju vam da kontrolirate ko će vidjeti vaše objave, ko može poslati zahtjev za 'prijateljstvo' ili ko vas može označiti (tagovati) kada se pojavite na fotografijama drugih članova mreže. Imajte na umu da svi uređaji ne podržavaju sve opcije (ovisno o verziji operativnog sistema i uređaja). Kada birate ko može vidjeti vaše objave, možete odabrati jednu od sljedećih opcija:

- „Javno“ - dostupne svim članovima mreže
- „Prijatelji“ - dostupne samo vašim prijateljima
- „Prijatelji izuzev“ - dostupne su vašim prijateljima uz izuzetke
- „Određeni prijatelji“ - dostupne samo prijateljima koji su na listi
- „Samo za tebe“ (samo ja) - dostupne i vidljive samo vama
- „Pojedinci“ - dostupan prijateljima i listama koje odaberete (npr. porodica, bliski prijatelji, poznanici, kolege).

Kada odaberete postavke za jednu objavu one ostaju iste za sve objave sve dok ih ponovno ne promijenite. Takođe, možete kasnije promijeniti vidljivost objave na 'zidu'. Ako ste na zidu prijatelja postavljali poruke, vaš prijatelj tada može odrediti nivo vidljivosti podešavanjem postavki privatnosti za objavu na njegovom / njenom zidu. Obavezno uključite opcije upozorenja za prijavu kako biste svaki put kad se neko prijavi (čak i ako se prijavljujete s nekog drugog uređaja), primili obavijest da je omogućen pristup vašem nalogu. Obratite posebnu pažnju na aplikacije koje vam omogućavaju da se povežete sa svojim Facebook nalogom. Gotovo sve takve aplikacije traže da im dozvolite pristup vašim podacima, kao i da ažurirate vaše naloge i objave.

Twitter: Twitter ima neke korisne posebne opcije za korišćenje vašeg naloga.²⁹

Obavijest (eng. notifications)³⁰ - Ova opcija vam omogućava da na jednom mjestu (u jednom retku informacija) imate pregled relevantnih događaja na liniji za tweetove, kao što su:

- Kada dobijete novog pratioca
- Kad neko otvori vaš tweet
- Kad vas netko spominje u komentaru ('manipuliše')
- Kad netko objavi vaše tweetove (eng. *retweets*)

Blokiranje ostalih računa³¹ - Ova opcija vam omogućuje da u potpunosti uklonite profile koji vas vrijeđaju (na Twitteru) što znači da nećete vidjeti tweetove izbrisane osobe, niti će ta osoba vidjeti vaše. Blokirajući drugi račun, prestajete ga slijediti i istovremeno sprečavate vlasnika tog računa da vas slijedi. Svrha ove opcije nije samo zaustaviti primanje obavijesti ili ažuriranja o drugom korisničkom računu, već u potpunosti ukloniti sljedbenike koje ne želite.

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>

Provjereni račun - Lažni profili jedna su od negativnih strana društvenih mreža. Fotografiju vašeg profila možete preuzeti s druge mreže. Vaše ime može biti navedeno pored imena korisničkog naloga (imenom naloga možete manipulirati tako da je dovoljno promijeniti redoslijed slova ili upisati broj „1“ umjesto slova „l“). Ne biste bili svjesni da neko s vrlo sličnim profilom objavljuje tweetove koji bi vam se mogli pripisati - bilo da imate svoj Twitter nalog ili da uopće niste registrovani na Twitteru. Da bi se borio protiv lažnih naloga, Twitter je uveo kategoriju 'verificiranih naloga' koji su prepoznatljivi po plavoj znački pored imena na profilnom nalogu. Ovi službeni profili dokazuju osoblju i korisnicima Twittera da je vaš profil od javnog interesa te da sadržaj i mišljenje pripadaju stvarnom korisniku (a ne nekome ko se pretvara da je taj korisnik). Najčešće su kategorije verificiranih naloga one čiji su vlasnici iz oblasti umjetnosti, javne uprave, politike, medija, sporta ili biznisa.

Uz to morate obratiti pažnju i na druge aplikacije koje zahtijevaju pristup vašem Twitter nalogu i drugim funkcijama koje ste aktivirali na svom Twitter nalogu. Ako ne razumijete jasno što trebate učiniti, pogledajte najčešća pitanja o Twitteru za nove korisnike (često postavljana pitanja, eng. FAQs), Twitter centar za pomoć ili često postavljana pitanja u Twitter aplikaciji. Razmislite o posljedicama i odlučite nakon što postanete svjesni korištenja prikupljenih podataka i uslova korištenja usluge.

Instagram: Imate nekoliko opcija za postavke privatnosti objava na svom profilu:

„Javno“ - Svako može početi da vas prati, pregledava i dijeli vaše fotografije, video zapise ili objave.

„Privatno“ - Vi odlučujete da li ćete dopustiti drugim korisnicima da vas prate ili ne. Ako ste nosilac pravosudne funkcije, preporučuje se da postavke privatnosti podesite na „privatno“. Imajte na umu da se prilikom objavljivanja fotografija morate pridržavati posebnih uslova u skladu s etičkim kodeksom (ove se informacije mogu naći pod 'Smjernice zajednice' (eng. Community Guidelines) u aplikaciji ili korisničkom nalogu). Uvijek imajte na umu da objavljene fotografije, namijenjene samo bliskim 'prijateljima', uvijek mogu biti objavljene tamo gdje niste očekivali da će se pojaviti.

Čak i ako osoba na pravosudnoj funkciji nema svoj vlastiti profil na bilo kojoj društvenoj mreži, moguće je da se pojave lažni profili. Ovo može biti problematično ako su fotografije uzete iz privatnih izvora. Suci i tužitelji moraju biti svjesni da bi se mogli naći u situaciji u kojoj su podložni lažnim profilima na društvenim mrežama.

LinkedIn: Postoje dvije mogućnosti postavljanja vašeg profila na koje skrećemo pažnju, jer mogu imati uticaja na vašu reputaciju:

„Obavješćavanje kontakata kada ste u vijestima“ - Ova se opcija automatski uključuje kada kreirate profil, a ako ga ostavite uključeno svaki put kada se pojavite u vijestima (medijima ili blogovima), svi vaši kontakti biće obavješteni. Na vama je da odlučite hoće li ova opcija nanijeti štetu vašoj reputaciji. Imajte na umu da 'obavijesti' ne razdvajaju pozitivne i negativne vijesti te da će ih svi vaši kontakti primiti.

„Spomenuti od strane drugih“ - Svaki put kada vas neko spominje u svojoj objavi, povećava 'vidljivost' vašeg profila. Ne možete kontrolirati kontekst u kojem će vas neko spomenuti. U skladu s tim, koristite svoj vlastiti sud i odlučite želite li isključiti ili isključiti ovu opciju.

Etička ograničenja aktivnosti sudija na društvenim mrežama

Na Godišnjem sastanku Udruženja sudija koji je održan 5. novembra 2016. u Mikulovu, Sud časti Udruženja sudija dobio je zadatak da ocjeni etička ograničenja za aktivnosti sudija na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, blogovi itd.) u smislu do koje mjere je sloboda govora sudije ograničena njegovom ili njenom funkcijom.¹

Sud časti Udruženja sudija (SČ) radio je na osnovu „Principa ponašanja sudija“ koji su usvojeni na Godišnjem sastanku Udruženja sudija (US) 26. novembra 2005. (takođe poznato kao Etički kodeks).² Ovim Etičkim kodeksom uopšteno su postavljeni osnovni principi dostojanstva, nepristrasnosti i nezavisnosti u aktivnostima i ponašanju sudije. Međutim, ti principi su više opšte prirode i ne bave se konkretno aktivnostima sudija na društvenim mrežama. Stoga je Sud časti koristio zaključke i rezultate disertacije magistra Zdeněka Křivke³ „Sudije i društveni mediji“. Prilikom pisanja mišljenja, Sud časti takođe je uzeo u obzir pravni okvir koji se primjenjuje za rad sudija, posebno najopštiji nivo, članove 81. i 82. Ustava, član 17. Povelje o osnovnim pravima i slobodama i dio 80. Zakona o sudovima i sudijama br. 6/2002 (u daljnjem tekstu: ZSS), te je teško zaključiti da je sudija mogao prekršiti svoje zakonske obaveze predviđene gore navedenim pravnim propisima, a da pritom ne prekrši principe sudske etike.

Međutim, ovo razmatranje se ne može primjeniti u obrnutom smislu - ako sudija samo slijedi zakon to ne znači da nije prekršio sudske etike. Vidite, na primjer, obično članstvo u političkoj stranci samo po sebi ne predstavlja kršenje zakona, ali opet nije u skladu sa sudske etikom (ovaj zaključak iznesen je na Godišnjem sastanku Udruženja sudija održanom 24. novembra 2007. u Kroměřížu⁴. Međutim, ono što bi predstavljalo kršenje zakona (posebno člana 80. (4) ZSS-a jeste kada sudija ne samo da bi bio redovan član političke stranke ili pokreta, već kada bi vršio političku funkciju u određenoj političkoj grupi tj. kada bi bio politički aktivniji od običnog člana.

Za gore pomenuti pravni okvir, sudske odluke koje se tiču aktivnosti sudija na društvenim mrežama su takođe relevantne: odluka disciplinske komisije Vrhovnog upravnog suda br. 11 Kss 6/2015-53 od 6. juna 2016.g. (i ono što je Ustavni sud naknadno utvrdio odlukom br. IV ÚS 2609/16 od 11. aprila 2017.), br. 16 Kss 7/2014 - 92 od 11. juna 2015.g. i ono što je Ustavni sud naknadno utvrdio odlukom br. I. ÚS 2617/15 od 5. septembra 2016., ono što je Ustavni sud utvrdio odlukom br. II. ÚS 2490/15 od 8. novembra 2016. (u slučaju masovne e-mail komunikacije sudije) i ono što je Ustavni sud utvrdio odlukom br. III ÚS 3844/13 od 30. oktobra 2014. (priroda komunikacije fizičkog lica 'koje nije sudija' na Facebooku).

¹Tačna formulacija bila je: "ocjena ograničenja etičke aktivnosti za sudiju na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, blogovi itd.) da bi se ocjenilo do koje je mjere sloboda izražavanja sudije ograničena njegovom sudačkom ulogom."

²<http://soudci.cz/o-nas/eticke-zasady-chovani-soudce.html>

³KŘIVKA, Zdeněk. Sudije i društveni mediji Brno, 2015. Disertacija Univerzitet Masaryk, Pravni fakultet. Dostupno na: https://is.muni.cz/th/378547/pravf_m/DP_final_v1.0.pdf.

⁴Međutim, on smatra da je s etičkog gledišta, članstvo sudije u političkoj stranci neprikladno, te da je za sudiju neprihvatljivo da bude član lokalne vlade.

U drugim zaključcima Sud časti ne pravi razliku da li su etički problematične aktivnosti sudija istovremeno i kršenje zakona, jer to nije bila formulacija zadatka koji je bio povjeren Sudu časti Udruženja sudija.

Za razliku od 'lica koje nije sudija', sloboda govora sudije je ograničena i to činjenicom da sudija uvijek mora paziti (i ovo se posebno odnosi na javne govore sudija) da njegov/njen istup nije ugrozio dostojanstvo sudijske funkcije, doveo u pitanje povjerenje u pravosuđe i njegovu/njenu ličnu nepristrasnost i nezavisnost. Generalno govoreći, po pravilu sudija ne bi trebao javno razotkrivati svoja politička gledišta, osim u pitanjima koja se tiču pravosuđa. Kada bi on/ona izrazio/la mišljenje o političkim pitanjima (koja se ne odnose na pravosuđe), postoji mogućnost prigovora da je pristrasan/na ako bi potom presuđivao/la u predmetu koja se odnosi na političku stranku (pokret) ili političko pitanje koje je komentirao/la. Pored toga, savjetuje se da se ne upliću u političke debate, ni najmanje ne zbog srozanog nivoa pravila ponašanja u tim debatama. Ako se desi da sudija učestvuje u javnoj razmjeni političkih mišljenja, po pravilu on dovodi u pitanje svoje vlastito dostojanstvo (indirektno i dostojanstvo cjelokupnog pravosuđa) i, kao što je gore navedeno, dovest će u pitanje i svoju vlastitu nepristrasnost u budućnosti.

U tom kontekstu, mora se naglasiti da za izuzeće sudije dovoljno je da pronicljiv posmatrač izvede zaključak kako je sudija neposoban da nepristrasno presudi. Što se tiče govora sudija u vezi političkog takmičenja, Sud časti se također referira na zaključke Ustavnog suda koji su usvojeni u onome što je utvrđeno u odluci br. I. ÚS 2617/15 od 5. septembra 2016⁵.

Gdje sudija objavljuje svoje istupe takođe je značajno. Nema sumnje da bi bilo negativno ako bi sudija, kao čuvar pravila koja upravljaju demokratskim društvom i vladavinom prava, objavio svoje istupe u medijskom prostoru koji se smatra ekstremističkim, tj. koji napada temelj demokratskog društva. Ovo se odnosi i na štampu i internet.

Ako sudija objavi svoja gledišta na blogu ili webu (nevažno je da li kao članak ili kao odgovor ili komentar na drugi članak) to su javno izražena gledišta na koja se sve gore navedeno odnosi.

⁵„...Prilikom ostvarivanja svog prava na slobodu govora, pojedinac koji je preuzeo funkciju sudije obavezan je pokazati lojalnost i suzdržanost, prema članu 17. Povelje i članu 10. Konvencije. To ima za posljedicu da za njegovu slobodu izražavanja važe posebna ograničenja koja proizilaze iz te obaveze. Sudija posebno ne smije podrivati povjerenje javnosti u svoje odlučivanje što je u skladu s osnovnim principima demokratske vladavine prava i povjerenje u nepristrasnost i nezavisnost pravosuđa. Sudija se mora suzdržati od komentara o političkom nadmetanju, a posebno od javnog ocjenjivanja pojedinačnih kandidata ili stranaka i grupa ili formiranja političkih koalicija.“

Situacija s Facebookom je komplikovana. To je komunikacijska platforma koja primarno služi za uspostavljanje i održavanje odnosa na internetu i širenje informacija. Facebook dozvoljava ljudima da stvore mrežu društvenih kontakata, omogućuje komunikaciju među korisnicima, razmjenu raznog multimedijalnog sadržaja i organiziranje događaja i korisničkih prezentacija. Nakon što se prijavi, korisnik ima priliku da pronađe druge korisnike mreže s kojima želi biti u kontaktu i pitati ih da budu 'prijatelji' (potvrda obostranog interesa da budu u kontaktu). Između ostalog, korisnik može pojedinačno podesiti domet dijeljenja objavljenih informacija i može koristiti instrumente za zaštitu privatnosti da odabere ko će vidjeti sadržaj koji je on/ona objavio/ila, kao i to ko ga/je može kontaktirati, tražiti i na koji način. Stoga, profil korisnika na društvenoj mreži može funkcionisati otvoreno (javan je za sve ostale korisnike Facebooka ili čak korisnike interneta) ili zatvoreno (generalno, korisnik odabire da svoje informacije objavljuje krugu korisnika ili ovu opciju može napraviti zasebno za pojedinačne objave i informacije).

Komunikacija na Facebooku se može ostvariti korištenjem chata (razgovor), slanjem poruka (mogućnost slanja poruka samo jednom korisniku ili određenoj grupi korisnika) ili putem lične profilne stranice korisnika, na koju objave može postavljati korisnik, ali i drugi korisnici takođe, ako postavke tog korisnika to dozvoljavaju. Putem postavki za zaštitu privatnosti koje je odabrao sam korisnik, sadržaj profilne stranice korisnika može se otvoriti samo prijateljima, odabranim krugovima - grupama prijatelja, svim ljudima registrovanim na Facebooku ili neregistrovanim korisnicima koji su na internetu.

Jasno je da priroda društvene mreže na Facebooku nije niti privatna niti javna. Uvijek ovisi o konkretnim korisnicima kako će postaviti nivo zaštite privatnosti na svom profilu ili direktno za pojedinačne objave. Na ovoj mreži, korisnik može komunicirati sa samo jednim drugim korisnikom, a da drugi korisnici ne vide tu komunikaciju i da na nju ne mogu uticati. Takva komunikacija je potpuno privatna, iako je omogućava društvena mreža s milijardu korisnika, isto kao što se e-mail komunikacija između dvije osobe kao što je www.gmail.com ili www.seznam.cz može smatrati privatnom.

Međutim, korisnik društvene mreže Facebook također ima mogućnost da učini svoj profil potpuno javnim i time dostupnim svim korisnicima društvene mreže Facebook i svim korisnicima interneta. Ovu opciju uveliko koriste, na primjer, političke stranke, interesne grupe, umjetnici, pružaoci usluga, trgovci i ostali koji imaju za cilj da sebe predstavljaju najvećem mogućem broju korisnika interneta putem ove društvene mreže. Međutim, neki 'normalni' korisnici takođe koriste takve postavke, a ako su pored toga i sudije, za njih važe ista ograničenja kao i za bilo koji javni govor.

Susrećemo se s određenim etičkim rizikom, što nepristrasnost sudije može dovesti u sumnju na temelju 'prijateljstva' na Facebooku. Sklapajući obostrani dogovor da ga se doda na listu 'prijatelja', korisnik izražava određenu naklonost (simpatiju) prema tom licu. Problem s 'prijateljem' sudije može da se pojavi tokom postupka za predmet u kojem on sudi, a njegov je 'prijatelj' stranka u postupku ili predstavnik stranke. Mjesto na listi 'prijatelja' može odavati utisak da sudijin 'prijatelj' ima izuzetnu poziciju i da može uticati na sudiju prilikom presuđivanja.

Međutim, što se tiče prirode 'prijateljstva', može se reći da se taj koncept ne može poistovjetiti s normalnim prijateljstvom, tj. s dubljim odnosom koji se ispoljava u redovnom, ličnom kontaktu, provođenju slobodnog vremena na zajedničkom odmoru, međusobnim posjetama itd. Stoga, nije moguće uopšteno reći da svako 'prijateljstvo' na Facebooku dokazuje pristrasnost sudije (u tom smislu, ne može se napraviti nikakva generalizacija; uvijek će ovisiti o konkretnom predmetu i činjenicama određenog predmeta).

Za Facebook, kao i za druge društvene mreže, treba napomenuti da se kontakti na mrežama ne mogu smatrati strogo bilateralnim. 'Prijatelji' na tim mrežama grade vlastite mreže kontakata, dijeleći objave koje su već objavili. Tako da sudija nikada ne može biti siguran gdje će se njegova objava pojaviti, iako ju je prvobitno podjelio s ograničenim brojem kontakata.

Problem s Facebookom može biti dijeljenje podataka, kada drugi korisnici podijele sadržaj sa sudijine stranice da bi uticali na sudijino presuđivanje (npr. članci u vezi s trenutnim predmetom). Svaka pozitivna reakcija sudije na takav podijeljeni materijal bila bi potpuno neprikladna.

'Lajk' funkcija na Facebooku se može opisati kao izražavanje vaše simpatije, naklonosti, slaganja s objavom, fotografijom, videom, profilom, aplikacijom ili drugim komponentama Facebooka. To 'lajkanje' je (može biti) vidljivo drugima i u tom smislu sudija treba biti suzdržan, jer izražavanjem svoje podrške može stvoriti utisak da staje na stranu stranke u postupku ili njenih predstavnika.

Priroda društvene mreže Twitter je drugačija u odnosu na mrežu Facebook. Twitter je namijenjen za javnu komunikaciju usmjerenu na broj primalaca koji nije definiran. Iz tog razloga, za sudije važe ista ograničenja za ovu mrežu kao i za sve javne govore. I na ovoj mreži je moguće 'lajkanje'.

Sve prethodno važi čak i ako se sudija na društvenim mrežama pojavi anonimno tj. ne pod vlastitim imenom (teško da bi mogao opstati stav da, na primjer, nepristrasnost sudije može se dovesti u pitanje samo onda kada bi identitet sudije bio otkriven, tj. on ne brani mišljenja koja je već objavio ili ih samo brani pod plaštom anonimnosti ili lažnim identitetom). Pristup kojim je dotični sudija raspravljao o svojoj ulozi sudije bilo bi neophodno proglasiti apsolutno neprikladnim.

Svakako da nema potrebe naglašavati da svaka loše smišljena formulacija sudijinog mišljenja (razna jezička pretjerivanja ili vulgarnosti) u njegovim javnim govorima smanjuje dostojanstvo sudija i da svaki sudija treba izbjegavati takve forme govora. Takođe, u takve neprikladne forme govora moraju spadati i satirični izrazi i ironične kritike svega i svačega. Ako tokom svojih javnih istupa sudija koristi takve izraze, onda mora nužno i očekivati da će mu se suprotstaviti u istom stilu i time ga poniziti. Ako takva javna interakcija desi, smanjuje se dostojanstvo dotičnog sudije (s indirektnim uticajem na cijelu zajednicu sudija), a potencijalno i njegova nepristrasnost.

Dostojanstvo sudijske funkcije ne utiče samo na dotičnog sudiju, već i na cjelokupnu pravosudnu zajednicu. Ako se sudija umiješa u pitanje svog dostojanstva, ne samo da nanosi štetu sebi, već i cjelokupnom pravosuđu - a pravosuđe iznad svega mora imati kredibilitet. Ako je povjerenje u pravosuđe kompromitirano, ne može se očekivati da će javnost usvajati i prihvatati odluke sudija. Bez tog povjerenja principi vladavine prava ne mogu biti ispunjeni. Pogledajte šta je Ustavni sud utvrdio odlukom br. I. ÚS 2617/15 od 5. septembra 2016⁶.

⁶"Primarna dužnost svakog sudije je da zaštiti temeljna prava i slobode (član 4. Ustava) i donositi odluke u skladu s osnovnim principima demokratske države koja upravlja vladavina prava (član 1. (1) Ustava). Ako bi sudija u svojim komentarima doveo te temeljne vrijednosti u pitanje, time bi doveo u pitanje i svoje osnovne dužnosti te teško da bi mogao stvoriti povjerenje javnosti. Stoga, u odnosu na te temeljne vrijednosti, sudija je obavezan na lojalnost, što ga ograničava u ostvarenju svoje slobode govora."

Zaključci o aktivnostima sudija na društvenim mrežama

- (1) Sve što sudija izrazi (istupi, komentari, fotografije itd.) mora biti u svjetlu očuvanja dostojanstva sudijske funkcije i ne smije bacati sumnju na njegovu nepristrasnost ili nezavisnost.
- (2) Sudija ne treba stvarati odnose koji mogu stvoriti utisak da isti mogu uticati na sudijino sudovanje.
- (3) Sudija ne komentira sudski postupak u toku.
- (4) Sudija ne daje pravni savjet.
- (5) Sudija izbjegava političke ocjene (uključujući i na primjer podršku nekom kandidatu za političku funkciju, ne 'lajka' političke stranke ili pokrete, ne komentariše kontraverzna politička pitanja, osim kada se to tiče pravosuđa).
- (6) Sudija treba imati na umu da nikada ne može biti siguran gdje će se njegova komunikacija pojaviti, čak i ako je prvobitno bila naslovljena samo na ograničen broj primalaca.

Prag, 24. maj 2017.

Sud časti Udruženja sudija, predsjedavajući US dr. Ladislav Derka

LISTA DRŽAVNIH I MEĐUNARODNIH MIŠLJENJA, PRAVILA I STANDARDA U VEZI S DRUŠTVENIM MEDIJIMA

[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

CEELI INSTITUTE PRAGUE

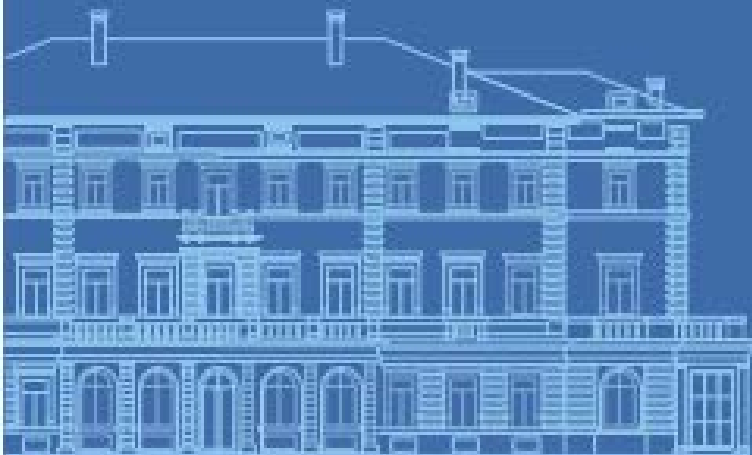
ADVANCING THE RULE OF LAW

Institut CEELI je češka neprofitna organizacija sa sjedištem u Pragu, posvećena razvoju i edukaciji u okviru međunarodne mreže pravnika i nosilaca pravosudnih funkcija koji rade na unapređenju vladavine prava.

Kroz inovativne programe obuke i druge aktivnosti, Institut saraduje sa sudijama, pravnicima i predstavnicima civilnog društva na izgradnji društava zasnovanih na zakonima.

Institut CEELI ponosi se raznovrsnošću i kvalitetom programa koje je osmislio, partnerskom razmjenom koju podstiče, inovativnom prirodom programa i doprinosom unapređenju vladavine prava u zemljama u kojima ona još uvijek nije na željenom nivou.

Naši napori su fokusirani na stvaranje nezavisnog, transparentnog i efikasnog pravosuđa, jačanje demokratskih institucija, podsticanje napora u borbi protiv korupcije, prevladavanje dubokih neslaganja, unapređenje ljudskih prava i podršku pravnicima i subjektima civilnog društva u represivnim okruženjima. Institut CEELI smješten je u vili Grebovka u Pragu, istorijskoj zgradi iz devetnaestog vijeka koja je sada preuređena u savremeni rezidencijalni i konferencijski centar.





*Sredstva obezbeđena od strane
Vlade Sjedinjenih Država*

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

www.ceeliinstitute.org
office@ceeli.eu