

# CEELI INSTITUTE PRAGUE

ADVANCING THE RULE OF LAW



ИЗСЛЕДВАНЕ  
НА ИНСТИТУТА  
CEELI

ПРАКТИЧЕСКИ НАСОКИ  
ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА  
СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ  
ОТ СЪДИИ В КОНТЕКСТА  
НА ЦЕНТРАЛНА И  
ИЗТОЧНА ЕВРОПА

# CEELI INSTITUTE PRAGUE

ADVANCING THE RULE OF LAW

*Институтът CEELI е чешка неправителствена организация регистрирана в обществена полза. Той се намира в Прага и дейността му е посветена на развитието и обучението на международна мрежа от професионалисти юристи и магистрати, работещи за утвърждаване върховенството на правото. Чрез иновативни обучителни програми и други дейности Институтът работи със съдии, адвокати и представители на граждански организации в посока изграждането на правово общество. Институтът CEELI се гордее с разнообразието и качеството на разработваните от него програми, с възможността за обмяна на опит, с иновативния характер на програмите и с традицията, която следва – да допринася за установяване на върховенството на правото в държави, където то е застрашено. Нашите усилия са фокусирани върху утвърждаването на независима, прозрачна и ефективна съдебна система, укрепване на демократичните институции, подпомагане на усилията за борба с корупцията, справяне с трудни конфликти, популяризиране на човешките права и подпомагане на юристи и представители на гражданското общество, работещи в репресивна среда. Институтът CEELI се помещава във Вила Гребовка в Прага - сграда от XIX век с историческо значение, която е ремонтирана и реставрирана, и превърната в уникална резиденция и конферентен център.*



**ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИНСТИТУТА СЕЕЛ**

**ПРАКТИЧЕСКИ НАСОКИ ЗА  
ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ  
МЕДИИ ОТ СЪДИИ В КОНТЕКСТА  
НА ЦЕНТРАЛНА И ИЗТОЧНА ЕВРОПА**



## СЪДЪРЖАНИЕ

Благодарности .....	5
Увод .....	7
ПРЕГЛЕД И ПРЕПОРЪКИ .....	9
ПРЕПОРЪКИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ ОТ СЪДИИ .....	11
1. Като представител на съдебната система, ЦЯЛОТО съдържание, което публикувате в социалните медии трябва да бъде за пример .....	11
2. Никога не коментирайте висящи дела .....	13
3. Не използвайте социалните медии като инструмент за разследване на страните .....	13
4. Внимавайте с кого се „сприятелявате“ и какво „харесвате“ .....	15
5. Избягвайте коментари на политически теми и по търговски въпроси .....	15
6. Персонализирайте и следете настройките за видимост на профила Ви .....	15
7. Защитете личните си данни .....	16
8. Образовайте семейството и приятелите си .....	18
9. Използвайте социалните медии, за да образовате обществеността .....	18
10. Продължавайте да се образовате в областта на социалните медии .....	19
БЪРЗИ И ЛЕСНИ СЪВЕТИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРИСЪСТВИЕТО ВИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ .....	21
ПРИЛОЖЕНИЕ I .....	23
1. История на социалните медии .....	23
2. Определения .....	23
2.1 Дефиниране на социалните медии .....	23
2.2 Най-често използвани социални медии .....	24
2.3 Опасни инструменти, с които си служат социалните мрежи .....	26
3. Въздействие на социалните медии върху обществото .....	28
4. Социални медии в политиката и обществения живот .....	29
5. Собственост на данните в интернет .....	29
6. Неприкосновеността на личния живот и социалните медии .....	31
7. Риск от злоупотреба .....	32
8. Примери за настройки на сигурността на профили в социалните мрежи .....	33
ПРИЛОЖЕНИЕ II .....	37
Насоки на Съюза на съдиите в Чехия .....	37
СПИСЪК НА НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ МНЕНИЯ, РЕГУЛАЦИИ И СТАНДАРТИ ОТНАСЯЩИ СЕ ДО СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ .....	43



## БЛАГОДАРНОСТИ

*Институтът CEELI изказва своите благодарности на членовете на основната работна група на мрежата за обмяна на съдебен опит в Централна и Източна Европа, които формулираха и написаха практическите насоки:*

*Съдия Катица Артукович, Босна и Херцеговина*

*Съдия Марела Йевтович, Босна и Херцеговина*

*Съдия Давор Дубравица, Хърватия*

*Съдия Домагой Фрѐнтич, Хърватия*

*Съдия Ладислав Дерка, Чехия*

*Съдия Левенте Симон, Унгария*

*Съдия Миндаугас Симонис, Литва*

*Съдия Христи Данилет, Румъния*

*Благодарности и към Ксения Ренко и Марко Ракар, регионални експерти по публични отношения и комуникации, към Дейвид Селърс, служител връзки с обществеността в администрацията на американските съдилища, Барбора Фийлд и Фреда Грейли, програмни мениджъри в Института и към Катрин Сорел, правен стажант в Института CEELI (юридически факултет към колежа Уилям и Мери) за техния ценния им принос в разработването на насоките.*

*Институтът иска също така да благодари и на съдия Джудит Макалузо, Джанет Кац и Джейн Махони за тяхната безценна помощ при редактирането на насоките*

*Те работиха по документа pro bono – без заплащане, като обществена дейност в подкрепа на работата на съдиите.*

*Публикацията беше осъществена в рамките на проект и благодарение на продължаващата подкрепа на Държавния департамент на САЩ, Отдел за борба с наркотиците и международна правоохранителна дейност (INL).*





## УВОД

Институтът CEELI обучава и подкрепя съдиите в Централна и Източна Европа от 2000 г. до днес. Не буди учудване фактът, че използването на социалните медии от съдии се превръща във важна тема за дискусии на все повече събития на съдийската общност, организирани от Института и други организации в региона. Еволюцията на социалните медии и превръщането им в явление от ежедневието на огромна част от хората предопределя важността на етичните измерения на тяхното използване и очертава това като въпрос, който буди особена тревога сред съдиите.

От 2012 г. Институтът CEELI насърчава изграждането на Мрежа на младите съдии от Централна и Източна Европа с безвъзмездна помощ, предоставена от Бюрото за борба с международната търговия с наркотици и правоприлагане на Държавния департамент на САЩ. Една от ключовите работни групи на Мрежата изследва подробно предизвикателствата, свързани с използването на социалните мрежи, за да подпомогне своите колеги с разяснения и насоки за избягването на основните капани и етични дилеми, които могат да възникнат във връзка с използването на социалните мрежи. Институтът CEELI разработи настоящите насоки за поведение на съдиите в социалните мрежи с помощта на експерти по съдебна етика и връзки с обществеността. Те включват примери за нарушения на правилата за добро поведение в социалните мрежи, подкопаване на интегритета и независимостта на съдията, уронване на доверието в съдебната власт и/или нарушения, довели до ангажирането на дисциплинарната отговорност на съдии.

Този документ цели да обобщи изложените по-горе съображения, да предложи на съдиите ясен преглед на аргументите „за“ и „против“ използването на социалните медии и да отправи препоръки за тяхното безопасно използване. Насоките поставят акцент върху най-популярните социални медии като Facebook, Instagram и Twitter, които понастоящем се използват от значителен дял от потребителите с достъп до интернет. Въпреки това, те са валидни в еднаква степен и за други платформи в социалните мрежи като YouTube, LinkedIn, Reddit и блогове, включително такива, които все още не са създадени.

Съществуват редица причини, поради които съдиите трябва да използват или да познават начина на функциониране на социалните медии. От една страна, използването на социалните медии може да породи етични дилеми и предизвикателства. На първо място сред тях са съдържанието, което публикуват съдиите, и неволното разкриване на предубеденост или заинтересованост чрез публикувано съдържание и последиците от това за взаимодействието на съдиите с трети страни. Поведението на съдиите в социалните медии е видимо за обществеността и следователно може да подкопае общественото доверие в съдебната система. Освен това социалните медии могат да повдигнат въпроси относно безпристрастността и справедливостта на съдебния процес. От друга страна, социалните медии са ефективен инструмент за образование на обществеността, отчасти защото достигат до сегменти от обществото, които в противен случай не биха имали допир със съдебната система. Умелото им използване може да подобри и общественото възприятие и познаването на съдилищата и дейността на магистратите. В крайна сметка социалните медии са важна част от съвременния живот,

в който препоръки или указания за „въздържане от използването на социални медии“<sup>4</sup> биха били нереалистични и трудно изпълними. Поради тази причина предлагаме основен набор от препоръки, които съдиите могат да следват, за безпроблемно използване на социалните медии.

Този документ би бил полезен на активно използващите социални медии съдии и на лицата, които отговарят за определянето на националните стандарти за поведение на съдиите, включително членовете на съдебни съвети, председателите на съдилища, членовете на съдийски сдружения или други органи за самоуправление на съдиите във връзка с регламентирането на използването на социалните медии.

Важно е да се подчертае, че Насоките поставят основен акцент върху използването на социалните медии от отделния съдия, а не върху използването им като инструмент за комуникация от съдилища, министерства или органи на националните съдебни системи. Въпреки че те съдържат информация, която може да бъде в помощ на лицата, които отговарят за определяне на политиката за достъп до информация за съдебните системи, институционалният подход към използването на социалните медии от съдилищата и министерствата по условие би бил различен. Това е така, поради необходимостта този подход да бъде съобразен с основните цели за образование и информиране на обществеността относно ефективния достъп до правосъдие, гарантирането на прозрачност, изграждането на обществено доверие в институциите и информирането относно важни събития.

При съставянето на документа Институтът CEELI и Мрежата на съдиите се позовават на широк набор от материали и източници на информация, включително политики за използването на социални медии и препоръки на международни организации. Те са изчерпателно изброени в показалеца в края на документа. На последно място, целта на Насоките е да изведе на преден план общите принципи, без да служи като ръководство с най-добри практики. Платформите, които използват социалните медии, се променят непрестанно. Това означава, че „най-добрите практики“ ще продължат да еволюират с бърз темп, следвайки промените на самите платформи в бъдеще.

Преди да преминем към практическия набор от препоръки, важно е да подчертаем, че поведението на съдията в социалните медии винаги следва да бъде в съответствие с Принципите от Бангалор за поведението на съдиите и други съществуващи международни стандарти, както и с националните кодекси за етично поведение на магистратите. Отбелязваме също така, че отговорността за изработването на ясни правила за случаите, в които се установи, че поведението на даден съдия не отговаря на приложимите етични стандарти, следва да се поеме от компетентните органи на съответните национални съдебни системи.

**Кристофър Лийман**

*Изпълнителен директор, Институт CEELI*

---

<sup>1</sup> ПРИНЦИПИ ОТ БАНГАЛОР ЗА ПОВЕДЕНИЕ НА СЪДИИТЕ, (Проект на Кодекс за поведение на съдиите от 2001 г., приет от Групата на съдиите за укрепване на съдийския интегритет и измененията му от Кръглата маса на председателите на съдилища, проведена в Двореца на мира в Хага на 25 и 26 ноември 2002 г. [https://www.unodc.org/pdf/crime/corruption/judicial\\_group/Bangalore\\_principles.pdf](https://www.unodc.org/pdf/crime/corruption/judicial_group/Bangalore_principles.pdf)

## ПРЕГЛЕД И ПРЕПОРЪКИ

### **1. Съдията е лицето на съдебната система и ЦЯЛОТО съдържание, което публикува в социалните медии трябва да служи за пример**

Винаги поддържайте професионален тон и не забравяйте, че сте съдия, дори когато публикувате информация в личен контекст. Лицата, които работят в съдебната система, трябва внимателно да преценяват какво пишат и публикуват онлайн, независимо дали става дума за кореспонденция по електронна поща или за публикации в социалните мрежи, тъй като този вид съдържание е лесно и широкодостъпно и може да повлияе на работата им по различни начини.

### **2. Никога не коментирайте висящи дела**

Съгласно Принципите от Бангалор коментарите по висящи дела или съдебни решения са особено чувствителни, тъй като могат да поставят под съмнение безпристрастността и обективността на съдиите и съдебната система.

### **3. Не използвайте социалните медии, за да проучвате страните**

Съдийската преценка трябва да почива единствено на фактите по делото и представените от страните доказателства. Съдиите не трябва да разследват самостоятелно фактите по делото чрез способности, които не са предвидени в закона.

### **4. Внимавайте с кого се „сприятелявате“ и какво „харесвате“**

Когато се „сприятеляват“ с други потребители на социалните мрежи или харесват публикувано съдържание, съдиите трябва да внимават да не компрометират своята безпристрастност. Общуването в социалните медии може да създаде впечатление за предубеденост, дори когато това не е така.

### **5. Избягвайте теми, свързани с политическия живот и търговските отношения**

Судиите трябва да се въздржат од политичко дебатиране и јавно изнесување на своите политички ставови.

### **6. Изберете подходящи настройки и следете видимостта на своя профил в интернет**

Редовно преглеждайте своето присъствие в интернет пространството и при необходимост коригирайте настройките за защита на личните си данни.

### **7. Защитете личните си данни**

Преценете внимателно дали да разкривате лична информация. Имайте предвид, че ако направите това във Facebook или в друга социална мрежа, поверителността на публикуваната информация вероятно няма да бъде защитена. Публикуваните лични данни са *de facto* незаличими и могат да бъдат възстановени, разпространени или отпечатани години след като са били предоставени или публикувани онлайн.

### ***8. Образвайте семейството и приятелите си***

Разговаряйте със семейството и приятелите си, за да се уверите, че разбират чувствителността на работата ви като съдия и потенциалните последици на действията им в интернет пространството, които разкриват лична информация или снимки, които могат да бъдат проследени до профила Ви.

### ***9. Използвайте социалните медии, за да образовате обществеността***

Платформите на социалните медии могат да бъдат използвани като положителен инструмент за образование и повишаване на информираността на обществеността, насърчаване на прозрачността, застъпничество, разясняване на важността на задачите на съдебната власт и предоставяне на информация за дейността на съдебните институции. Много съдии в държавите в Централна и Източна Европа и в други части на света използват успешно социалните медии за тази цел.

### ***10. Не преставайте да повишавате собствените си знания и умения за използване на социалните медии***

Социалните медии ще продължат да съществуват и повишаването на знанията и уменията за тяхното използване е критично важно. Съдиите трябва да познават начина на тяхното функциониране и защото, наред с други неща, въпросите, свързани с използването им все по-често ще бъдат елемент на делата, които разглеждат.

## ПРЕПОРЪКИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ ОТ СЪДИИ

### 1. Като представител на съдебната система, ЦЯЛОТО съдържание, което публикувате в социалните медии трябва да бъде за пример

Една от основните характеристики на общуването в социалните медии е размиването на границите между публичната и частната сфера. Неформалното общуване със семействата и приятелите ни се превръща в част от публичната сфера. Това важи в особена степен за публикуването на снимки и коментари. За разлика от съобщенията по електронна поща, които най-често представляват кореспонденция между две лица, общуването в социалните мрежи има много по-висока обществена видимост и е по-трудно контролируемо. Работещите в съдебната система трябва внимателно да преценяват какво пишат и публикуват онлайн, независимо дали става дума за кореспонденция по електронна поща или за публикации в социалните мрежи, тъй като този вид съдържание е лесно и широкодостъпно и може да повлияе на работата им по различни начини.

- Съдиите трябва да определят предварително своята роля — професионална или лична — като потребители на социалните медии.
  - Желаете да поддържате професионални контакти в своята сфера на дейност и да допринасяте с експертни познания и опит? Има редица примери за съдии, които успяват в това начинание, но и немалко примери за неуспех.
  - Желаете ли да останалите потребители на социалните мрежи да знаят, че правораздавате? Ако това е така, съдът, в който правораздавате, публикувал ли е насоки за начина на представяне на професионалната Ви роля?
  - Възнамерявате ли да използвате социалните медии единствено за несвързани с професията Ви цели, напр. за да поддържате контакт със семейството и приятелите си в чисто личен план и неформална среда?
  - Възможно е и да желаете да бъдете пасивен участник в социалните медии с ролята на наблюдател, който обаче не публикува съдържание (вкл. коментари под публикации на други потребители на съответната мрежа).
- Важно е да решите как желаете да се представите в профила си. Не става дума само за впечатлението, което създавате, но и за потенциалните трайни последици на присъствието ви в социалните медии като потребител.
  - С реалното си име или с псевдоним възнамерявате да се регистрирате? Имайте предвид, че някои социални мрежи не позволяват регистрация с псевдоними и тяхното използване се счита за нарушение на правилата за ползване (Facebook например изисква потребителите да регистрират профил с реалното си име). Освен това, ако на по-късен етап стане известно, че сте използвали псевдоним, това може да накръни репутацията Ви.

- Ваша снима или снимка на цвете, животно или карикатура възнамерявате да използвате? Бъдете внимателни в избора. Въпреки че публикуването на снимка с изображението Ви улеснява идентификацията Ви, по дело в Хърватия адвокат, който се явява пред съдия, използвал изображението на анимационен герой като профилна снимка, иска отвод на съдията с аргумента, че профилната снимка е неуместна.
- Поддържайте професионален тон в общуването. Публикувайте лични мнения с ясната уговорка, че те не отразяват възгледите на институцията, в която работите, както и че не са свързани с делата, които гледате. Имайте предвид, че подобни изрични уговорки не са гаранция, че изразените мнения няма да бъдат възприети като отражение на официалната ви позиция. Може с голяма степен на сигурност да се допусне, че ако преди името си отбележите, че сте „съдия“ или „прокурор“, публикациите Ви ще бъдат тълкувани, като официална позиция на институцията, за която работите.
- Ако с публикациите си целите да повишите информираността по определени правни въпроси, преценете дали да не е по-удачно за личните си публикации, включително коментари или снимки от спортни и културни събития, мнения по политически теми, обществени тенденции и семейни събития, да използвате отделен канал за комуникация. Смесването на професионалния и личния живот може да породи объркване сред последователите Ви в социалните мрежи, но може също така да Ви помогне в израждането на образ на „реален човек“, а не единствено на отдалечен символ на правосъдието, който изглежда недосегаем за редовите членове на обществото, в което живее.
- Въздържайте се от лични публикации в работно време, тъй като всеки коментар има електронен времеви печат, който показва точното време на публикуването му. Времето, което съдията прекарва в социалните мрежи в рамките на работното време, може да даде повод за критика.
- Поведение, което би било сметено за неуместно и няма да бъде толерирано или е неспоредливо при общуване в реални житейски ситуации, е неспоредливо и при общуването във виртуалния свят, дори в контекста на канали за непублична комуникация като Facebook Messenger или други приложения за директна комуникация между потребители. Всички съобщения, изпратени чрез канали за цифрова комуникация, могат лесно да бъдат прихванати и документирани за целите на последващо разпространение.
- Съдиите трябва да избягват използването на неуместен, нецензурен или вулгарен език, саркастични, иронични и дори шеговити критични коментари, които могат да подкопаят техния интегритет. Както се отбелязва в Препоръките на Чешкия съюз на съдиите (вж. Приложение II), информацията, която съдиите публикуват и споделят в социалните мрежи, трябва да съответства на достойнството и престижа на съдийската професия и да не дава поводи за критика относно безпристрастността и независимостта

и да не дава поводи за критика относно безпристрастността независимостта на съдията. Негативното възприятие може потенциално да навреди не само, на отделния съдия, но и на цялата съдийска общност.

- Снимките и коментарите във Facebook или в платформите на други социални мрежи, включително приложения за запознанства, трябва да излъчват скромност и приличие. Стандартът, към който съдиите трябва да се придържат, изисква публикуването единствено на материали, мнения или снимки, които могат да бъдат публикувани на заглавната страница на уважаван ежедневник или показани по националната телевизия в най-гледания часови пояс.<sup>2</sup>

## 2. Никога не коментирайте висящи дела

Комуникацията, включително в социалните медии, е подчинена на следните принципи от Бангалор: „В хода на разглеждано дело или дело, което може да бъде разпределено на съдията, той няма право да прави коментари, които основателно може да се очаква да повлияят върху изхода от делото или да нарушат явната справедливост на процеса. На съдията не е разрешено да прави публични или други коментари, които биха могли да засегнат правото на справедлив процес на страните по висящо дело или да нарушат безпристрастното разглеждане на съдебен спор“.<sup>3</sup>

- Коментарите по съдебни решения или висящи дела са особено чувствителни, тъй като могат да породят съмнения в безпристрастността и обективността на съдията и съдебната система.
- Ако правите снимка, за да я публикувате в социалните медии, не забравяйте, че камерите на съвременните мобилни телефони улавят много повече детайли от тези, които вижда невъоръженото око. Повечето социални медии позволяват директно „качване“ и „сваляне“ на снимки от/на мобилните телефони, улеснявайки функцията за увеличаване на изображението и разглеждане на отделни детайли, включително папките на дела, които се намират на бюрото ви, заглавията на ваши лични документи или други идентифициращи белези. Дори ако не възнамерявате да разкривате поверителна информация, свързана със съдебно дело, можете да направите това неволно чрез публикувана снимка.

## 3. Не използвайте социалните медии като инструмент за разследване на страните

Съдиите не трябва да разследват самостоятелно факти по делата чрез нерегламентирани в закона способности. Това правило важи и за информацията, съхранявана на всякакви носители, включително в електронен формат.

- Съдийската преценка трябва да почива единствено на фактите по делото и представените от страните доказателства.

<sup>2</sup> Ксения Ренко, експерт по комуникация, Jupiter Strategic Communication, изказване на учредителната среща на Глобалната мрежа за интегритет на съдиите, Виена, Австрия, април 2018 г.

<sup>3</sup> ПРИНЦИПИ ОТ БАНГАЛОР ЗА ПОВЕДЕНИЕ НА СЪДИИТЕ, вж. бел. под линия 1 по-горе.

- Съдиите трябва да се въздържат от търсенето на допълнителна информация за страните по делата или адвокатите, които се явяват пред тях в съдебна зала.
- Не забравяйте, че платформите на някои социални медии като LinkedIn, позволяват на своите потребители да видят кой е разглеждал профила им. Не изхождайте от презумпцията, че използването на социалните медии е анонимно.
- Ако получите лично съобщение чрез социална медия или по официалния си имейл, особено ако в момента гледате дело на изпратилата съобщението страна, задължително предупредете изпращача, че подобна кореспонденция е забранена. Едновременно с това уведовете съответните компетентни органи за възникналата ситуация на комуникация *ex parte*. Препоръчително е да приложите съответната документация и да се въздържате от последваща комуникация с лицето. Това ще защити личния Ви интегритет и този на съдебната институция.

#### 4. Внимавайте с кого се „сприятелявате“ и какво „харесвате“

Някои съобщения в социалните медии могат неволно да създадат отношения между съдия и трета страна. Продължава да се водят дебати дали в социалните медии съдиите трябва да бъдат „приятели“ с адвокати, прокурори или други лица, които се явяват по дела. Приемането или отказът за приятелство в социалните медии не означава, че съдията е срещал и познава лично съответния потребител или че между двете страни съществува по-тясна връзка. Независимо от това, магистратите трябва да полагат усилия да не компрометират своята неутралност и не трябва да забравят, че общуването в социалните медии може да създаде макар и привидно впечатление за близост.

- Съдиите трябва да бъдат принципно внимателни и да подхождат предпазливо към избора на „приятели“ във Facebook. В повечето случаи „сприятеляването“ с адвокати, полицейски служители или други страни, които редовно се явяват по дела в съдебна зала, е неепоръчително. Съдията може да има „приятели“ във Facebook, но не трябва да допуска никой от тях да упражнява специално влияние върху него.<sup>4</sup> Ако в социалните медии съдия е приятел с лице, което впоследствие бъде привлечено като страна по дело или предяви съдебен иск, препоръчително е тази информация да бъде оповестена публично.<sup>4</sup>
- Бъдете особено внимателни към „харесването“ или „следването“ на политически или религиозни групи, медии или други страници във Facebook, които могат да подкопаят обществените възгледи за вашата независимост. Организациите, институциите и хората, които харесването или следите, също са публично видими.
- Във всички случаи избягвайте да „харесвате“ или „следвате“ неуместни страници, които проповядват или насаждат расизъм, омраза, хомофобия, фанатизъм, нетолерантност или предразсъдъци от всякакъв характер.

<sup>4</sup> Становище на консултативния съвет по етични въпроси на Южна Каролина, Кентъки и Охайо



## 5. Избягвайте коментари на политически теми и по търговски въпроси

Съдията трябва винаги да бъде предпазлив в коментарите си във и извън социалните медии, включително в публичните си реч, за да не увреди достойнството на съдийското призвание и професия. Ако репутацията на съдиите бъде поставена под въпрос, това неизбежно уронва доверието в правораздаването като цяло, но и личната безпристрастност и независимост на отделните съдии.

- Като общо правило, съдията не трябва да оповестява публично политическите си възгледи в социалните медии, освен по въпроси, свързани с правораздаването. Противното поражда реален риск и възможност за искане на отвод от съображения за предубеденост, особено когато съдията трябва да се произнесе по дела на политически партии и движения или по други политически въпроси.
- Препоръчително е също така съдиите да се въздържат от участие в политически дебати. Участието на съдии в обмен на становища по политически въпроси в платформите на социалните медии, дори в качеството на неутрален арбитър, повдига въпроси относно тяхната обективност, тъй като подобни дискусии неизбежно ще бъдат асоциирани с личността на съдията, което може пряко или непряко да дискредитира обективността на цялата правосъдна система.<sup>5</sup>

## 6. Персонализирайте и следете настройките за видимост на профила Ви

Всяка социална мрежа има собствена политика за достъп до публикувано съдържание. Тези политики трябва да се познават, като това важи и за политиките за използване на други интернет услуги, като електронна поща, блогове и т.н.

- Всеки път, когато публикувате съдържание онлайн, трябва да бъдете ръководени от разбирането, че то е достъпно и видимо за всички потребители, тъй като не знаете дали други потребители вече не са го споделили с техни приятели в рамките на или извън социалната мрежа. Няма абсолютно никакъв контрол върху това дали, кога и в какъв контекст публикуваното от Вас ще бъде публикувано отново в интернет. Когато изтриете публикация, тя няма да бъде видима за вас или за вашите приятели в социалната мрежа. Въпреки това следва да се ръководите от допускането, че тя продължава да съществува някъде в интернет пространството или може да бъде намерена при търсене в интернет.
- Във Facebook видимостта на всички публикации е ограничена до регистрираните потребители на мрежата, като Вие имате възможност да промените настройките за видимост на съдържанието, което публикувате, за да бъде то публично, „само за приятели“, „само за приятели с някои изключения“ или „само за определено лице“. Ако снимките Ви във Facebook първоначално са публикувани като публично достъпни или достъпни

<sup>5</sup> Съюз на съдиите на Чехия, Етични граници на участието на съдиите в социалните мрежи, 2017 г.

за всички потребители на социалната мрежа и впоследствие решите да промените настройките за видимост, за да ограничите достъпа до тях, тази промяна в настройките ще важи единствено за съдържанието, което публикувате в бъдеще. Вече публикувано съдържание и коментари ще продължат да бъдат видими и достъпни за всички потребители на мрежата. Моля, имате също така предвид, че правилата на Facebook относно публикуваното съдържание и настройките на видимост и защита на данните могат да бъдат променяни по всяко време без предизвестие. Това важи и за всички останали платформи.

- В Twitter всички публикации са публично достъпни, включително за лица, които не са регистрирани потребители на мрежата. Това означава, че „туитовете“ могат да бъдат копирани и споделяни по имейл или чрез други средства без знанието на авторите им. Можете да изтриете „туит“ (от англ. tweet), но няма гаранция, че междуременно някой няма да е направил снимка на екрана с публикуваното съобщение.
- Силно препоръчително е да правите чести проверки в интернет търсачките, като използвате името си като критерий за търсене. Този вид търсене ще Ви позволи да откриете свои онлайн публикации, както и изображения, които в интернет се асоциират с вашето име. Така ще знаете дали информация, която сте публикували в миналото, е все още видима и дали името Ви се споменава в публикации по други теми.
- Препоръчително е също така периодично да преглеждате социалните медии на различните платформи, за да проверите дали нямате фалшиви профили. Ако някой си е присвоил самоличността ви и публикува невярна информация за Вас, докладвайте профилите по каналния ред на социалната мрежа, в която те са регистрирани.
- Имайте предвид, че използването на псевдоним, за да не бъдете идентифициран, не е гаранция, че ще успеете да съхраните анонимността си в социалните мрежи. Известен е случай на гръцки съдия, който публикува расистки коментар в своя блог под псевдоним, но самоличността ѝ недълго след това бива установена.

## 7. Защитете личните си данни

Имайте предвид, че ако публикувате лични данни във Facebook или в друга социална мрежа, поверителността им вероятно няма да бъде защитена. Публикуваните лични данни са практически неизличими и могат да бъдат възстановени, разпространени или отпечатани години след като са предоставени или публикувани онлайн.

- За да си направите профил в определена социална мрежа обикновено е необходимо да попълните формуляр с основни данни, които най-често включват вашите имена и имейл адрес. Всяка социална медия има собствени правила за информацията, която се изисква да предоставите. В някои случаи тя може да включва биографични данни, пол, възраст и други основни идентификационни белези. Повечето формуляри за регистрация включват и незадължителни за попълване полета, в които можете да посочите информация за своята професия.

- Помислете внимателно преди да разкриете каквато и да е лична информация в социалните мрежи, включително домашния си адрес, и да публикувате семейни снимки или информация за училището, което посещават децата ви.
- Регистрирането на имейл акаунт или профил в социалните медии изисква също така избор на потребителско име и парола. Качеството на избраната парола е критично важно за защитата на комуникацията ви. При избора на парола, избягвайте думи от ежедневиия речников състав и характерни цифри и комбинации от цифри, като годината и датата ви на раждане, пощенския код или телефонния ви номер. Никога не използвайте една и съща парола за достъп до повече от една интернет базирана услуга. Ако направите това и паролата на един от акаунтите ви бъде компрометирана, ще улесните атаката на получените неправомоерен достъп до данните ви лица срещу други използвани услуги. Не записвайте паролите, особено на лепящи се листчета, които поставяте на видими и лесно достъпни места. Тъй като запаметяването на голям брой пароли е трудно, можете да подходите както в ледните примери:
  - Използвайте началото на песен, поговорка или друг римуван текст, който знаете наизуст.
  - Добавете дума, която ще си спомните с лекота и която по съдържание не е свързана или не може да бъде асоциирана с паролата, т.е. използвана е извън контекст.
  - Използвайте комбинация от главни и малки букви.
  - Добавете цифри.
  - Използвайте специални символи (# & / \$ %).
- Ако има техническа възможност за това, използвайте двойни механизми за удостоверяване (още известни със съкращението „2FA“ от английското *two-factor authentication*). Повечето услуги в съвременните социални мрежи използват тази технология за гарантиране на сигурността на достъпа до профилите на потребителите. Освен парола, можете да изберете да използвате и допълнителен код (цифров или съчетание от цифри и букви). Най-често използваният метод е изпращането на код в текстово съобщение до мобилния Ви телефон. Ако използвате текстови съобщения (SMS), базирани на технологията 2FA, уверете се, че SIM картата Ви е защитена с пин код. Не забравяйте, че телефоните, и по-конкретно SIM картите, са непрестанно изложени на злонамерени атаки, поради което е препоръчително да изберете начин за генерирането на допълнителен код за удостоверяване на самоличността Ви.
- Избягвайте използването на общодостъпни устройства, като компютърни терминали на летища или на рецепциите на хотели. Ако е крайно необходимо да използвате такова устройство, уверете се, че сте се излезли от системата и съответните интернет услуги след тяхното използване. Излизането\* (на англ. *log out*) от системите на доставчиците на интернет

услуги и затварянето на брауъра винаги е препоръчително, включително на собствения Ви лаптоп и мобилен телефон. В идеалния случай избягвайте използването на устройства, които не контролирате, особено за достъп до услуги като електронна поща, бизнес приложения, електронно банкиране и профили в социалните мрежи.

- За целите на официална кореспонденция и други служебни цели използвайте единствено служебния си имейл адрес. За комуникация със семейството и приятелите и при кореспонденция по лични въпроси, използвайте личен имейл адрес.
- Въпреки че все повечето електронни съобщения, които се обменят между сървъри, са криптирани, изходната Ви презумпция винаги трябва да бъде, че всяко имейл съобщение е достъпно за други лица. Това важи в особена степен за съобщенията, изпратени от официални или служебни имейл адреси.

## 8. Образовайте семейството и приятелите си

Съдиите трябва да добре да разбират, че дори когато самите те нямат профили в социалните мрежи, техни снимки или информация за тях могат да бъдат споделени от членове на техните семейства или от техни приятели. Такава информация може да бъде лесно манипулирана с цел оказване на натиск върху съдия.

- Членовете на вашето семейство и приятелите ви трябва да зачитат определени граници и да не подкопават вашата безпристрастност, интегритета и достойнство като съдия чрез своите профили в социалните мрежи и присъствието си в интернет.
- Разговаряйте с тях, за да се уверите, че разбират колко чувствителна е работата ви и колко сериозни могат да бъдат потенциалните последици от действията им в интернет пространството.
- Помолете ги да не споделят никаква лична информация като адреси, снимки от отпуски или друга информация, с която може да бъде злоупотребено.

## 9. Използвайте социалните медии, за да образовате обществеността

Съдиите трябва да добре да разбират, че дори когато самите те нямат профили Основният акцент до момента бяха препоръките за това какво не трябва да се прави в социалните медии. Използването на тези инструменти и присъствието в социалните медии обаче могат да имат редица предимства, особено за съдиите.

- Социалните медии са отличен инструмент за ангажиране на обществеността, насърчаване на прозрачността, застъпническа или разяснителна дейност по теми, имащи отношение към правораздаването, и предоставяне на информация за дейността на съдебните институции. Много съдии в държавите в Централна и Източна Европа и в други части на света използват успешно социалните медии за тази цел.

- Ако използвате социалните медии като образователен инструмент обаче трябва ясно да разбирате, че публикуваното от вас съдържание може да стане жертва на тролове в интернет (вж. определението в Приложението), които ще хулят и осмиват всичко, което публикувате или направите. Споровете с тролове в интернет рядко имат положителен изход и единственият им резултат обикновено е принижаване на дискусиата. Единственият начин да се справите с тролове в интернет е да ги игнорирате напълно или да определите ясно личните си граници по отношение на коментарите, които допускате в платформите на социалните медии, които използвате.
- Последните могат да бъдат използвани и от групи или сдружения, а не от отделни лица. Например професионалните сдружения на съдиите могат да решат да поддържат модерирана страница в платформата на дадена социална медия.

## 10. Продължавайте да се образовате в областта на социалните медии

Социалните медии ще продължат да бъдат част от живота ни и да играят важна роля в обществото, политиката и икономиката. Съдиите трябва да бъдат в крак с развитието на съвременните технологии, да се образоват, да познават техните функции и да разбират добре ситуацията и обстоятелствата, при които могат да възникнат спорове от технологично или друго естество. Не забравяйте, че платформите и правилата за използването на социалните медии, ще продължат да се променят с бърз темп.

- Обучението на съдии в областта на социалните медии, включително професионалното обучение в рамките на целия им професионален път, е критично важно. Съдиите трябва да познават начина на функциониране на социалните медии и защото, наред с други неща, въпросите, свързани с тяхното използване, все по-често ще бъдат и елемент на делата, които разглеждат. Задълбоченото и отлично познаване на средата, в която работи съдията, включително на взаимодействието между технологии, социални медии и закона, ще повиши общественото доверие, като същевременно ще легитимира съдебните институции и техните практики в очите на обществеността.
- Правилата ще продължат да еволюират във времето. Винаги подхождайте с особено внимание и се стремете стриктно да спазвате националните и международните правила, включително Принципите от Бангалор.

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

<sup>7</sup> Tips for Dealing with Internet Trolls and Haters in Business (Съвети за справяне с тролове и хейтъри на страниците на бизнес организации в социалните мрежи), Carol Roth, <https://www.carolroth.com/blog/tips-for-dealing-with-internet-trolls-and-haters-in-business/>



## БЪРЗИ И ЛЕСНИ СЪВЕТИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРИСЪСТВИЕТО ВИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

Ако сте съдия или служител на съдебната система, препоръките за използване на новите технологии за комуникация са особено важни и приложими към Вас в по-висока степен отколкото спрямо обикновените потребители. Надяваме се, че следвайки тези препоръки, ще успеете да се предпазите от някои от най-често допусканите грешки.

Интернет предоставя платформа и пространство за по-висока професионална ефективност, по-добра видимост и по-широк обхват и възможности за по-широка ангажираност и взаимодействие в глобален план. За всеки съдия присъствието в интернет пространството е не само технически канал за комуникация в рамките на професионалната общност и в частната сфера, но и отражение на неговата личност, възгледи и мнения. Необходимо е да разбирате спецификите на тази среда, за да бъдете в състояние да ги вградите в ефективната рамка на съществуващите правила за поведение и приложимите етични стандарти. Този процес на вграждане е гаранция за вашата защита в интернет и в реалния живот.

Решението ви за използване на определена интернет услуга трябва да се ръководи от следните препоръки:

- ▶ Бъдете внимателни в избора на интернет доставчик, предвид естеството на работата ви. Въпросите, на които трябва да си отговорите са има ли фирмата добра професионална репутация и спазва ли изискванията за защита на личните данни?
- ▶ Не забравяйте, че съдържанието, което публикувате от своето устройство (данни, съдържащи комбинация от букви и цифри, снимки и видео клипове), е налично не само на конкретното устройство, но и в системата на оператора, а потенциално и за други потребители на използваната от вас услуга.
- ▶ Изтриването на публикувано съдържание или на друга публикация не означава, че данните са перманентно изличени и недостъпни за други лица или че не могат да бъдат възстановени или проследени до интернет доставчика ви или до друг потребител в първоначален или изменен вид.
- ▶ Проучете доставчика на интернет, който ще използвате, и следвайте общите препоръки, които получите от него.
- ▶ Когато регистрирате свой потребителски профил (имейл адрес или профил в социална мрежа), внимателно обмислете:
  - Името, което ще използвате в профила си — не е задължително то да съпада с истинското Ви име. Това е изключително важно за (професионалната и личната) ви идентичност в интернет. Не забравяйте, че трябва да спазвате стриктно всички свързани с професията ви етични стандарти, дори ако използвате псевдоним.
  - Използвайте уникална, автентична информация.

- Изберете надеждна парола, която предоставя висока степен на защита (използвайте комбинация от големи и малки букви, цифри и специални символи) и думи, ще запомните лесно.
- Изчитайте всички съобщения за сигурност на доставчика на интернет услуги, който използвате, и ги потвърждавайте едва след като се уверите, че са автентични.
- ▶ Уведомете доставчика на интернет, ако забележите нещо, което е в разрез с вашата онлайн идентичност или е свързано с профила ви по друг начин.
- ▶ Общувайте с колегите си в съда и с близките и приятелите си в личната сфера по начина, по който бихте го правили в реалния живот. Прочетете и внимателно обмислете аргументите за и против изпращането на публични или лични съобщения.
- ▶ Въздържайте се от коментари по мнения и дискусии с други участници, особено ако забележите, че преминават границите на добрия тон. Поведението ви в контекста на онлайн комуникацията трябва да буди уважение в останалите участници.
- ▶ Преди да се присъедините към обсъждането на популярна тема, уверете се, че е автентична и че сте запознати с обсъжданите факти. Не забравяйте, че коментарите ви винаги ще бъдат разглеждани като важен принос към дискусията.
- ▶ Да повторим: мислете преди да публикувате информация!
- ▶ Обръщайте специално внимание на онлайн комуникацията с колеги и потенциални или настоящи клиенти. Комуникацията в интернет е подчинена на същите правила, които важат и в реалния живот. Ако забележите, че онлайн общуването ви с определено лице излиза извън рамките на добрия тон, прекратете го и уведомете някого за това. Можете например да докладвате инцидент или неуместна комуникация на социалната мрежа или на доставчика на услугата.
- ▶ Ограничете използването на интернет услуги през работния ден, за да избегнете потенциалното им негативно въздействие върху работата и личния ви живот.
- ▶ Целта е да контролирате начина и степента, в която използвате новите технологии, без да ограничавате своите социални комуникации, т.е. целта е да ги използвате по максимално ефективен и положителен начин.



## ПРИЛОЖЕНИЕ I

### 1. История на социалните медии

Предшествениците на съвременни социални мрежи като AOL, стаите за разговори (на англ. chat rooms), LiveJournal и MySpace се появяват в края на 90-те години на миналия век. Сред популярните в момента уеб сайтове на социални мрежи са Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube, Google+, WeChat, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Viber, WhatsApp, Wikipedia, Reddit, VKontakte в Русия, Weibo в Китай и други. Големият възход на социалните мрежи настъпва с ерата на т.нар. „смарт“ (*интелигентни*) телефони и устройства, които позволяват на милиарди потребители ежедневно да се свързват с тях бързо и безпроблемно. От зората на еволюцията на социалните медии времето, което потребителите прекарват в интернет, непрекъснато се увеличава.

Предимствата на участието в социалните медии не се изчерпват с акта на социално споделяне. Потребителите се фокусират върху изграждането на своята репутация, разширяването на възможностите за израстване в бизнеса и кариерата и повишаване на своите приходи. Към средата на 2018 г. 4.3 милиарда души (от общото население на света от 7.6 милиарда души) има достъп до интернет. В момента социалните медии се използват поне веднъж седмично от над 3 милиарда души. Днес те функционират чрез хиляди онлайн платформи за социално общуване. Въпреки че някои платформи са по-популярни от други, всяка от тях предлага нещо различно. В социалната мрежа Instagram например се публикуват предимно снимки, а потребителите ѝ са на възраст под тридесет и пет години. Хората над тази възраст е по-вероятно да използват Facebook за споделяне на лични преживявания и поддържане на контакти с хора от социалния си кръг и извън него. Twitter е идеалната платформа за онези, които желаят да комуникират чрез кратки текстови съобщения (максималната дължина на всяко съобщение е ограничена до 280 машинописни символа).

Само Facebook има над 2 милиарда потребители. Целевите групи на останалите социални медии обикновено се ограничават до потребители от определени страни или групи, които говорят едни и същи или близки езици и имат значително по-малко на брой потребители, но също толкова силно влияние върху местната среда и групите/населението, което ги използва. Руската мрежа VKontakte (VK) например има 447 милиона рускоезични потребители, а най-популярната китайска социална мрежа Weibo има над 500 милиона потребители. Съществуват стотици други социални мрежи, които обединяват потребители с интереси в конкретни области или по конкретни теми. Въпреки че не са толкова популярни като брой потребители и социално въздействие, те също са полезни и имат своето важно място.

### 2. Определения

#### 2.1 Дефиниране на социалните медии

Независимо от това, че социалните медии промениха индивидуалната и организационната комуникация, те в много отношения се различават както от печатната, така и от класическата медийна комуникация (напр. списания и вестници) или традиционните електронни медии (като радио и телевизия). Основните разлики

са свързани с качеството, огромния брой лица, до които достигат посланията, използваемостта, непосредствеността и начинът, по който функционират. Платформите на социалните мрежи имат много източници, канали за разпространение и адресати, докато традиционните медии, като радиото и телевизията или пресата, имат само един източник на разпространение и ограничен брой адресати. Най-значимата разлика е, че разлика от традиционните медии, социалните медии позволяват на всеки потребител да създава и споделя собствено съдържание, независимо дали блогове, публикации, видео клипове или актуални статуси. Поради влиянието на интернет и огромния брой хора, до които достига, профилът в социална медия, блогът или каналът в YouTube са много по-широкодостъпни от традиционните медии в отделните страни.

Wikipedia дава следното определение на платформите на социалните медии: „Интерактивни, опосредствани от компютърни устройства технологии, които улесняват създаването и споделянето на информация, идеи, професионални интереси и други форми на изразяване чрез виртуални общности и услуги за комуникация в социалните медии“. В статията също така се отбелязва, че „за достъп до услугите, които предлагат социалните медии, потребителите обикновено използват уеб-базирани технологии като настолни компютри, преносими компютри, таблети или мобилни телефони (smartphones). Използвайки тези услуги, потребителите могат да създават високо интерактивни платформи, чрез които физическите лица, общностите и организациите споделят, създават съвместно и променят генерирано от потребители или предварително подготвено съдържание, което е публикувано в интернет.“<sup>8</sup>

## 2.2. Най-често използвани социални медии

В Централна и Източна Европа особено популярни са следните социални медии:

**Facebook:** Популярен, безплатен уебсайт за социално общуване, който позволява на регистрираните потребители да си създават профили, да качват снимки и видео клипове, да изпращат съобщения и да поддържат контакт с приятелите, семействата и колегите си. Facebook се развива постоянно и в момента е наличен на повече от 37 различни езика. Той включва публични елементи като

- Marketplace, което позволява на потребителите да публикуват, четат и отговарят на платени обяви.
- Групи, които позволяват на потребители със сходни интереси да споделят общо пространство и да общуват.
- Събития, които позволяват на потребителите да споделят информация и популяризират събития, да канят гости и да следят колко от тях планират да присъстват.
- Страници, които позволяват на потребителите да създават и популяризират публично достъпни страници, посветени на конкретни теми.

Всеки индивидуален потребител може да променя настройките си за защита на достъпа на други потребители до профила му, както и видимостта (или „скриването“) на дадена

<sup>8</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media)

страница или публикация във Facebook. Всички взаимодействия в социалната мрежа са видими на заглавната страница (news feed), която достига до приятелите на потребителя в социалната мрежа в реално време.<sup>9</sup> Facebook е въвел редица бутони за реакции, които потребителите могат да използват в отговор на публикувано съдържание. Останалите потребители на мрежата виждат публикуваното съдържание и могат да реагират в зависимост от настройките за поверителност на автора на публикацията. Този въпрос е изключително важен при преценката на евентуален конфликт на интереси.

**Instagram:** Instagram е социална мрежа (собственост на Facebook), която се използва за публикуването на снимки и видеоклипове. Instagram позволява използването на голям брой филтри, които позволяват снимките да бъдат редактирани, за да придобият по-професионален вид. Потребителите могат да харесват или коментират съдържанието, публикувано от други потребители, и могат да синхронизират снимки публикувани в Instagram, така че едновременно да се появят и в профила на потребителя в Twitter и/или във Facebook. По брой потребители (1 милиард към юни 2019 г.) Instagram се нарежда сред най-популярните социални медии.<sup>10</sup>

**LinkedIn:** LinkedIn е социална мрежа, предназначена за професионалисти, които желаят да представят своите бизнес профили. Тя позволява регистрирането на профил, който представя вашето образование, професионални квалификации и членства в професионални групи и сдружения. Профилите в LinkedIn на практика представляват професионални автобиографии на потребителите, които предоставят на бизнес партньорите му информация за позицията, която потребителят заема и данни за връзка с него. Потребителите на LinkedIn могат да създават мрежи от професионални контакти с други лица със сходни интереси или професии. Потребителите могат да членуват в различни професионални/тематични групи в LinkedIn, които служат като платформи за обмен на мнения и становища по различни професионални въпроси.

**Tinder:** Всяка дискусия на социалните медии би била непълна без да бъдат споменати приложенията (от англ. apps или „апове“) за запознанства, които често се използват и от съдии. Едно от най-популярните приложения в момента е Tinder. Това е приложение, функциониращо на основата на данни за географското местоположение на потребителите, което позволява създаването на потребителни профили и публикуването на снимки с добавено кратко описание. След като потребителят създаде своя профил, той/тя може да „хареса“ (с движение по екрана надясно) или да „не хареса“ (с движение по екрана наляво) профилите на други потребители. Приложението също така позволява разговори между двама потребители, които са „харесали“ взаимно профилите си. Достъпната за потребителите информация се базира на публикувани снимки и кратки биографични данни, които всеки потребител въвежда. Въпреки че намерението ни не е да даваме съвети или регламентираме начина, по който съдиите използват приложенията за запознанства, те представляват отделен сегмент на социалните мрежи. Съществуват и редица други приложения за запознанства, включително Match.com, Badoo, Grindr, и Bumble, но Tinder за момента продължава да бъде най-популярното сред тях. Съдиите очевидно трябва да бъдат особено внимателни и предпазливи по отношение на личната информация и снимките, които публикуват на тези платформи.

<sup>9</sup> Pedagogy of Social Sciences (Педагогика на социалните науки), MANGAL, S. K., MANGAL, UMA, PHI Learning Pvt Ltd., 2018

<sup>10</sup> The Psychology Behind Why Instagram Is So Addictive (Психология на причините за пристрастяването към Instagram), Drake Baer, 2014, <https://www.businessinsider.com/psychology-of-why-instagram-is-addictive-2014-11>

**Twitter:** Twitter е социална медия за публикуването на съобщения с дължина до 280 машинописни символа и цифри. Платформата позволява и публикуването на снимки и връзки (линкове) със други уеб сайтове и получаването на съобщения от последователи. Една от популярните опции в Twitter е споделянето на вече публикувано от друг потребител на съобщение („туит“). „Хаштагове“ (на английски hashtags — знак за препратка (tag) за търсене в социалните мрежи) могат да се използват за проследяване на броя на лицата, които са публикували съобщения в Twitter или други съобщения по дадена тема, а списъците с най-популярните теми в Twitter са известни като „Trending Topics“ (списък от теми, които бързо набират популярност). В някои страни Twitter е социалната мрежа, която обичайно се използва за бързи проучвания по дадена гореща тема. Twitter е използван и като инструмент за организация на редица добили огромна обществени популярност политически и други събития в света от близкото минало.

### 2.3. Опасни инструменти, с които си служат социалните мрежи

Социалните медии могат да бъдат обект на широк набор от злоупотреби и опити за манипулации. Нека направим преглед на някои от основните уязвимости:

**Киборги:** В контекста на социалните мрежи киборгите са хора, които извършват определени задачи с помощта на ботове, или ботове, които извършват определени задачи с помощта на хора.<sup>11</sup> Конкретен пример за киборг в контекста на социалните мрежи е човек, който регистрира профил, автоматично програмиран да публикува определено съдържание, напр. съобщения в Twitter, без допълнителната намеса на човек. Физическият потребител може да реши да се включи в комуникацията и да публикува съобщения в Twitter или да общува с приятели чрез профила. Киборгите и ботовете се различават по това, че ботовете използват автоматизирани алгоритми, докато киборгите съчетават изпълнението на задачи „на ръка“ и използването автоматизирани алгоритми. За съжаление, киборгите предлагат уникални възможности за разпространението на фалшиви новини. Въпреки че профилите, които се управляват от киборги се опитват да наподобяват поведението на реални хора, включително чрез реалистична мимикрия на общуване с приятели или последователи, много от тях всъщност са управлявани от технологии, наподобяващи изкуствен интелект, и разчитат на „ферми за приятели“ чрез които се „сприятеляват“ с голям брой лица за кратък период от време.

**Фалшиви новини:** Фалшивите новини и пропагандата са стари колкото самото човечество. Свободният публичен достъп до интернет и скоростта на споделяне на информация в социалните мрежи, обаче, ги правят значително по-опасни отколкото в миналото. Понятието „фалшиви новини“ най-общо обхваща пет категории съдържание.<sup>12</sup> Някои категории новини са фалшиви, тъй като целта им е да дезинформират обществото, докато други съдържат едностранчива и необективна информация, т.е. предоставят умишлено невярна, неизчерпателна или предубедена информация. Общото между тези категории е изключително далечната им връзка с истината и умишления стремеж към въвеждане на читателя в заблуда. По-долу са дадени няколко примера за различни видове фалшиви новини:

<sup>11</sup> Detecting Automation of Twitter Accounts: Are You a Human, Bot, or Cyborg? (Установяване на автоматизирани профили в Twitter: човек, бот или киборг е потребителят?) 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>

<sup>12</sup> Източник: 5 Types of ‚Fake News‘ and Why They Matter (Пет вида „фалшиви новини“ и защо те имат значение), Nicola Watts, <https://web.smu.edu.sg/spring/5-types-of-fake-news-and-why-they-matter/>

- Заблуждаващите новини съдържат полуистини, които умишлено се използват в погрешен контекст. Обикновено те почиват на реални факти, които се използват в заглавията за привличане на вниманието, но представят събитието или дават грешна или умишлено заблуждаваща интерпретация на действителен факт или събитие.
- Недобросъвестното или повърхностното отразяване на събития, което съдържа зрънца истина, но не почива на задълбочена проверка на истинността на фактологията, е чест похват, използван в подкрепа на определена позиция или възглед.
- Това по същество са заблуждаващи новини, които не почиват на факти, но се използват в подкрепа на определена налагана теза. Това включва новини, в които не се съобщават факти, а често почиват на идеологически клишетата и мнения и тяхното противопоставяне, и в които нерядко прозират подсъзнателни предразсъдъци. Към тази теория спадат теориите на конспирацията.
- Умишлено изфабрикуваните заблуждаващи новини се публикуват с единствената цел уеб сайтовете за новини да отчитат висок читателски трафик (на английски *clickbait* или стратегия за „зарибяване“ на читатели). Друга обичайна цел на тези публикации е да всяват объркване или недоволство или да служат да целите на търсещата сензация на всяка цена пропагандна журналистика. Тези псевдоновини обикновено се разпространяват чрез нарочно създадени уеб сайтове за фалшиви новини или такива, които на външен вид наподобяват реално съществуващи уеб сайтове за новини. На тях често могат да бъдат открити видео клипове или други смущаващи изображения, които обикновено са манипулирани по някакъв начин.

Фалшивите новини са инструмент, който често се използва за дискредитирането на съперници в политиката или бизнеса. Точно преди президентските избори в САЩ през 2016 г. уеб сайт, който силно наподобява този на ABC News, публикува фалшива новина под заглавието „Обама подписва указ на изпълнителната власт, в който забранява рецистирането на клетвата за вярност в училищата на цялата територия на САЩ“. През следващите два месеца тази новина е споделена от стотици хиляди потребители и генерира над 2.1 милиона коментари и реакции.

**Ботове:** „Ботът е автоматизирано приложение, което се използва за извършването на несложни и повтаряеми задачи, които биха били твърде времеемки, рутинни или неизпълними от човек. Ботовете могат да бъдат използвани за продуктивни цели, но най-често се програмират за изпълнението на злонамерени задачи.“<sup>13</sup> Социоботът е специфичен вид бот, който се използва в социалните мрежи за генерирането на автоматични съобщения (напр. туитове) или за популяризирането на определени идеи, подкрепата на кампании и повлияване на обществените реакции чрез действия, които наподобяват тези на обикновен „последовател“ или дори като фалшив профил, който набира последователи за определена кауза. Установено е, че между 9 % и 15 %

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

от активните профили в Twitter вероятно са на социоботове<sup>14</sup>, както и че 15 % от общия брой активни потребители на Twitter в САЩ, участвали в дискусиите по време на президентските избори през 2016 г., са ботове.<sup>15</sup> По време на кампанията преди референдума за Брекзит в Обединеното кралство през 2016 г. икономическо проучване установява,<sup>16</sup> че ботове добавят 1.76 процентни пункта към броя на гласоподавателите, които гласуват за излизане на страната от Европейския съюз.

**Тролове:** Интернет тролът (тормоз в интернет, агресия в онлайн пространството) е лице, което умишлено започва или подклажда спорове или хули и обижда потребители в интернет с цел отклоняване на вниманието или подклаждане на неразбирателство. Изследване на Центъра на НАТО за високи достижения в областта на комуникацията от 2016 г., посветено на хибридната война, установява, че кризата в Украйна „показва начина на използване на фалшиви самоличности и профили в социалните медии за разпространение на определени сюжети чрез социалните медии, блогове и коментари в интернет с цел манипулация, тормоз или заблуда на опоненти“.<sup>17</sup>

**Вирусен (от англ. viral): светкавично и неконтролируемо разпространение в интернет (подобно на вирусна зараза):** Публикации в социалните медии, които бързо добиват популярност и се споделят от източника или вторично от лицата в списъка на контактите на автора, т.е. започват да се разпространяват светкавично и неконтролируемо. Терминът на английски се ползва по аналогия с разпространението на вирусни инфекциозни болести, които бързо се предават от един човек на друг. Повечето социални медии позволяват на потребителите да споделят публикувано от други потребители съдържание чрез натискането на специален бутон „сподели“ (от англ. share).

### 3. Въздействие на социалните медии върху обществото

Въпреки че свързват огромен брой хора, социалните медии имат и свойството да сплотяват допълнително съществуващи социални групи и да задълбочават различията между тях и техни опоненти. Социалните медии позволяват на потребителите да създават т.нар. „ехо камери“, които изключват или заглушават информация или възгледи, които противоречат на лицата от съответната група. С понятието „избирателната експозиция“ обикновено се обозначава склонността на хората да възприемат информация, която потвърждава собствените им възгледи, схващания и идеи, и да отхвърлят информация, която им противоречи.<sup>18</sup> Непрестанно подобряващата се персонализация на съдържанието, достъпно за всеки потребител в интернет, засилва избирателната експозиция и води до идеологическа поляризация.

<sup>14</sup> „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).

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

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

<sup>17</sup> „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 <sup>18</sup> Selective Exposure, Jonathan L.Freedman, David O.Sears, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0065260108601033#fn1>

Неотдавнашни проучвания на Университета „Рамон Лул“<sup>19</sup> в Испания установяват, че социалните медии като цяло са способни да задълбочат мисленето в стереотипни категории не само при децата, но и при възрастните от всички възрасти. Интернет активистът Ели Паризър за първи път употребява понятието **филтриращ балон**<sup>20</sup>, за да опише интелектуалната изолация вследствие на използването на алгоритми на уеб сайтове, които селективно отгатват информацията, която определен потребител би желал да вижда въз основа на налична информация за него, като местоположение, четено съдържание в миналото и търсене на информация в интернет. В резултат на това до потребителите достига по-малко информация, която е в противоречие със собствените им възгледи, което ефективно ги изолира в собствени културни или идеологически „балони“.<sup>21</sup>

#### 4. Социални медии в политиката и обществения живот

Светкавичното разпространение на информация в социалните медии може да има незабавно отражение върху политически и обществени фигури, независимо от това дали информацията е вярна или не. Социалните медии са открит форум, който предоставя трибуна на всеки, който желае да отправи критики към правителствени режими и отделни обществени фигури, включително съдии. „Социалните медии се превръщат в основен инструмент за социална мобилизация и критика на управляващите правителства, защото правителствата не могат да контролират думите ни в интернет.“<sup>22</sup>

Платформите за комуникация са убедителни и често успяват да повлияят политическите възгледи в определена посока, поради множеството идеи, мисли и мнения, които циркулират в социално медийното пространство. По-младите поколения започват да проявяват по-голям интерес към политиката и обществения живот, включително в изследването и анализа на политиката и ролята на съдебната система, поради нарастващия брой политически новини, които се публикуват в мрежите на различните социални медии. Въпреки че информираността на по-младите поколения по политически въпроси е важна, новините и отразяването на събития в социалните мрежи много често е едностранчиво и предубедено. Понякога може да бъде трудно да се разберат в пълнота причините за недоволство, особено когато пораждащите ги събития и факти не се отразяват обективно — явление, което създава у мнозина погрешна увереност за познаването на проблемите, въпреки отдалечеността им от тях.

#### 5. Собственост на данните в интернет

При използване на някоя от услугите за безплатна електронна поща (Gmail, Yahoo и т.н.) обикновено предполагаме, че съобщенията са видими единствено за нас и лицата, до които са адресирани. Нашите имейли, обаче, се съхраняват на сървъри, които се намират в технологична среда, известна като „облака“ — информационно-технологична инфраструктура, която позволява съхранението на огромни обеми данни. Тази инфраструктура се поддържа в огромни компютърни центрове в множество различни точки на света.

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

<sup>20</sup> [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles/transcript](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/transcript)

<sup>21</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Filter\\_bubble](https://en.wikipedia.org/wiki/Filter_bubble)

<sup>22</sup> Social media (Статия „Социални медии“), World Heritage Encyclopedia, Статия №: WHEBN0005897742

Вашите съобщения са „лични“, доколкото се изпращат до определен адресат и няма да бъдат изпратени до други адреси. Съдържанието на съобщенията Ви обаче е налично на сървърите на собствениците на платформата, която използвате в качеството си на потребител. Рекламите, които получавате, е по-вероятно да удовлетворят вкусовите ви предпочитания, а местата, които посещавате се регистрират и данните се пазят, за да бъдат използвани по-късно.

Списъците ни с приятели, адреси, телефонни номера и имейли също се съхраняват в „облака“ и тяхната защита зависи от сигурността на паролата, която сме си избрали и защитеността на оператора на данните срещу външни атаки. Съхранението на данни в облака има безспорни предимства, защото позволява безпроблемното споделяне и съхранение на данни в множество платформи, но основният му недостатък е рискът от злоупотреба както със собствените ни данни, така и с тези всички наши контакти. Дните на физическите тефтери с адреси и телефонни номера, които могат да бъдат опазени от любопитни очи, отдавна са в миналото.

Данните, които предоставяме на доставчиците на интернет услуги, не се ограничават до биографични данни и данни за връзка, а включват и информация за цялостното ни поведение в интернет. Това включва всяко наше действие (натискане на левия бутон на мишката или „клик“) — от уеб сайтовете, които посещаваме, през понятията, чието значение проверяваме, до всяка публикация и коментар, които „харесваме“ в социалните медии. Всички тези данни се използват непрекъснато за търговски цели и за изграждането на колкото е възможно по-пълен профил на съответното лице като потребител.

Нашите данни — списъци с адреси, имейли и публикациите в нашите онлайн профили — се съхраняват на устройствата, които използваме. Когато изключим своето електронно устройство, действията ни във виртуалното пространство остават в „режим на изчакване“ до следващия път, когато решим да го използваме. Въпреки това, не винаги си даваме сметка, че понякога камерата или микрофонът остават включени без нашето знание.

Дигиталните „следи“ от действията ни се съхраняват на случаен принцип и не разполагаме с никаква или почти никаква възможност да влияем или контролираме този процес. Макар и да е малко вероятно, съдията може да се окаже в ситуация, в която ще гледа иск за оттегляне, изтриване или промяна на съхранени в интернет потребителски данни. Ако това се случи, ще установите, че всички популярни социални мрежи се намират под юрисдикцията на други държави и копия от данните се съхраняват едновременно в няколко от тях

Изтриването на данни от устройството ще позволи данните да бъдат заличени от масивите, в които се съхраняват (след 30 дни, в рамките на които можете да промените решението си), но дори в този случай не разполагате с възможност да се уверите, че данните (текстови публикации, снимки) са напълно заличени и няма да се появят отново. „Приятели“ ви в социалните медии могат да запазят публикувано от вас съдържание, за да го използват в по-късен момент.

На последно място, съществува и въпросът за собствеността на съдържанието, което генерирате и публикувате в рамките на контекста на общуването в социалните медии.



Собствеността на платформите на социалните медии винаги е била неясна, тъй като съдържанието ѝ се генерира от потребителите, но хостинг услугите се предоставят от търговско дружество. Освен тази опасност, съществува и риск за сигурността на информацията, която може да попадне в трети страни или „паразити“, които събират информация за собствените си бази данни. ***Ситуацията в момента е такава, че действителните собственици на съдържанието, което се генерира на уеб сайтовете на социалните мрежи е собственост на огромните корпорации, които притежават съответните уеб сайтове, а не на потребителите, които го създават.***

Застъпниците на правото на защита на личните данни и личната неприкосновеност отправят предупреждения към потребителите на социалните мрежи относно събирането на техните лични данни. Част от информацията може да се събира без знанието на потребителя чрез електронно проследяване и приложения на трети страни. Данни могат да бъдат събирани и за правоохранителни или други правителствени цели или чрез инструменти за търговски шпионаж на самите социални медии чрез различни техники за извличане на данни (на англ. *data mining*). Когато споделяте информация в социалните медии, не забравяйте, че тази информация вече не е лична и защитена. Съществува общо разбиране за важността на това да следите внимателно какво публикувате и с кого споделяте информация. Потребителите на някои социални медии не си дават сметка, че публикуваното от тях може да се разпространи извън кръга на приятелите им, които могат да прочетат публикацията. Практиката в някои социални медии е публикуваното съдържание да се споделя с широка аудитория по условие, освен ако потребителят не е избрал по-високо ниво на защита. След като бъде публикувано определено съдържание, то остава постоянно достъпно, дори ако ограничим или конкретизираме лицата, които го „виждат“ в социалните медии.

Повечето потребители желаят да започнат да използват съответната интернет услуга колкото е възможно по-скоро и се съгласяват с условията без колебание, често без да са прочели условията за използването ѝ да са обмислили евентуалните последици, които те могат да породят. Препоръчвам магистратите и служителите на съдебната система да четат внимателно условията за ползване и да вземат решение въз основа на тяхната внимателна преценка.

## 6. Неприкосновеността на личния живот и социалните медии

Днес, във времето на социалните медии, често възникват проблеми, когато по същество лични съобщения станат обществено достояние, поради определени специфики на комуникацията в интернет. В тази ситуация е особено важно да решим как да реагираме, както и внимателно да преценим технологичните специфики на всеки канал за комуникация.

Важно е също така да не забравяме, че общуването в интернет обикновено е в писмена форма. Публикуването на текст (коментар) или снимка генерира **съдържание**, което ще бъде достъпно за всяка заинтересована страна. Всяко „харесване“ или „повторно споделяне“, всеки публикуван коментар в рамките на дискусия или дори „емотикон“ (напр. усмихнато лице) на практика е **документ**, който сте изпратили на друго лице или сте споделили с непоименна „интернет аудитория“. Съдържанието може да включва вашия подпис, местоположение и данни за устройството, което използвате. Коментар или забележка, които направите по време на кафе паузата на конференция пред колеги,

може би няма да се помни дълго от участниците в разговора — във всеки случай не и след края на работния ден. Същата забележка или коментар, изпратени по електронната поща или публикувани в Twitter или във Facebook, се превръщат в съдържание, което ще бъде архивирано за бъдещо ползване и може да се появи отново неочаквано година по-късно в съвършено различен контекст.

Една от най-големите опасности, които крие онлайн комуникацията, е възможността за бърз отговори или мигновен коментар в отговор на съдържание, публикувано от друг потребител. Технологиите ви позволяват да изразявате своето отношение и виждания в реално време по начин, който е почти идентичен на този, по който бихте направили това в разговори лице в лице. Особено важно е да не се поддадете на импулса да отговорите незабавно, особено ако дискусиата може потенциално да доведе до спор. Най-лесният начин да контролирате своята комуникация в интернет е винаги да си давате повече време за отговор. Ако желанието да отговорите надделее, напишете отговор, но не го изпращайте веднага. Изчакайте до следващата сутрин, когато след като изчетете написаното, най-вероятно ще го редактирате.

Поведението ви във всяка ситуация трябва да излъчва уважение към ответната страна. Необходимо е също така да се въздържате от коментари за трети страни и да избягвате споделянето на мнения по обществени и политически въпроси, лични качества и др., които години по-късно, в друг контекст, биха могли да се отразят негативно на доброто ви име и професионалната ви репутация. Същото важи за снимките и видео клиповете. Албум със снимки, който сте споделили с приятели и роднини от семейно събиране, може да бъде представен в съвсем различна светлина, ако един ден (може би години по-късно) попадне на първа страница на жълтата преса или бъде публикуван онлайн. Винаги се опитвайте да прецените как изглежда съдържанието, което публикувате, в очите на „другите“.

## 7. Риск от злоупотреба

Профилът ви може да стане жертва на злоупотреба, дори ако сте изпълнили всички препоръки за сигурност при избора на парола. Паролата ви може да стане достояние на лице, възнамеряващо да атакува профила ви, по много различни начини, включително чрез инсталиран на компютъра ви злонамерен софтуер или чрез хакерска атака срещу доставчика на интернет, който използвате. Един от най-известните случаи е хакерската атака срещу Yahoo, вследствие на която бяха компрометирани данните на милиарди потребители.<sup>23</sup> Ако у вас възникнат съмнения, че профилът ви във Facebook е станал обект на злоупотреба, следвайте указанията на социалната мрежа за стъпките, които трябва да предприемете в такива случаи.<sup>24</sup> Същото важи и за всички други интернет-базирани услуги от електронна поща до социални медии (Twitter<sup>25</sup>, LinkedIn<sup>26</sup>, Instagram<sup>27</sup> т.н.).

Обикновено можете да изтриете нежелани коментари, но това изисква да следите внимателно профила си в интернет. Въпреки че не сте пряко отговорни за коментарите на други лица (както такива от списъка ви с приятели, така и извън него), самият факт,

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

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

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

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

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

че коментарите им присъстват на профила ви може да бъде изтълкувано като признак за близост, която в различен контекст бихте счели за неприемлива.<sup>28</sup>

Най-трудно преодолимата злоупотреба е фалшифицирането на ваши съобщения, публикации, снимки и видео клипове. Не можете да предотвратите тези случаи, но ако публикуваното в социалните медии в миналото съдържание обосновава извод за определен модел на поведение в интернет, злонамерените фалшификации могат да бъдат оборени по-лесно. Това означава, че националните етични кодекси (които съдържат правила за поведение „извън съда“) следва да се тълкуват като приложими и в контекста на общуването във виртуалното пространство.

## 8. Примери за настройки на сигурността на профили в социалните мрежи

**Facebook:** Настройките за защита на личните данни на профила ви в интернет ви позволяват да контролирате кой „вижда“ публикациите ви, кой може да ви изпрати молба за приятелство и да използва опцията за идентифициране ви („тагване“) на снимки, които се публикуват от други потребители на социалните мрежи. Не забравяйте, че не всички устройства поддържат всички налични опции (това зависи от операционната система и вида на използваното устройство). Когато избирате кой може да вижда публикациите ви, е необходимо да изберете някоя от следните опции:

„Публични“ — публикации, които са видими за всички регистрирани потребители на мрежата

„Приятелите“ — публикации, които са видими само за лицата в списъка на приятелите ви с социалната мрежа

„Приятелите с изключение“ — публикации, които са видими за приятелите ви с някои изключения

„Конкретни приятели“ — публикации, които са видими само за конкретно определени приятели

„Само за вас“ („Само за мен“) — публикации, които са видими само за вас

„Отделни получатели“ — публикации, които са видими за конкретно избрани от вас приятели и групи лица (напр. „семейство“, „близки приятели“, „познати“, „колеги“)

Когато избирате настройките на дадена публикация, предпочитанието ви ще бъде запазено от програмата и приложено спрямо следващите ви публикации, докато не го промените. Можете да промените настройките за лицата, за които публикациите на „стената“ ви са видими, и след публикуването на съдържание. Ако сте публикували текст или снимка на стената на ваш приятел, можете да определите нивото на видимост чрез настройките за защита на данните за съдържанието, което публикувате на

<sup>28</sup> Съществуват услуги, чиято единствена цел е възстановяване на изтрети съобщения, като например <https://politwoops.eu/> които засичат съобщенията в отрязъка от време между момента на публикуване и изтриване.

чуждата стена. Не забравяйте да активирате опцията за получаване на уведомление при влизане в профила ви (дори да сте регистрирани и да ползвате социалната медия от друго устройство). Така ще бъдете сигурни, че ще бъдете уведомени за всяко влизане в социалната медия с профила ви. Обърнете специално внимание на приложенията, които ви позволяват да се свържете с тях чрез профила си във Facebook. Почти всички такива приложения искат съгласието ви да получат достъп до данните ви, както и да актуализират профила ви и публикациите в него.

**Twitter:** Twitter има някои полезни опции за използване на създадения профил.<sup>29</sup>

Уведомления<sup>30</sup>. Тази опция ви позволява да разгледате последните събития на заглавната страница на социалната медия (т.нар. „Twitter Line“), събрани на едно място (на един ред с информация), например:

- Когато някой стане ваш „последовател“;
- Когато някой „повиши“ видимостта на Вашето съобщение в Twitter;
- Когато някой Ви спомене в коментар (действие, известно като „манипулация“);
- Когато някой препубликува Вашето съобщение в Twitter (от. англ. retweet)

Блокиране на други профили<sup>31</sup>. Тази опция ви позволява да забраните изцяло достъпа на определени профили до съдържанието, което публикувате в Twitter. Това означава, че няма да виждате съдържанието, което се публикува от съответния профил и съдържанието, което публикувате вие, няма да бъде достъпно за блокирания профил. Чрез функцията блокиране на профил едновременно преставате да следите блокирания профил и го премахвате от списъка на лицата, които следят вашия профил. Целта на тази опция е не само да спрете да получавате уведомления за съдържание, генерирано от други профил, но и да забраните изцяло достъпа на нежелани последователи до съдържанието, което публикувате.

Проверен профил — фалшивите профили са една от негативните страни на социалните мрежи. Вашата профилна снимка може да бъде свалена от друга социална мрежа. Името ви може да бъде изписано до това на профила (името на профила позволява известни отклонения, например можете да промените поредността на буквите в думата или да замените буква с цифра, например „ч“ с „4“ или на английски „l“ с „1“). Няма да има как да установите дали лице с профил и име много близки до вашия не публикува съдържание, което може да ви бъде приписано, независимо от това дали имате профил в Twitter или въобще не сте регистриран потребител на социалната мрежа. В опит да противодейства на фалшивите профили Twitter въведе категорията на „проверените профили“, които се разпознават по синята значка до името на регистрирания профил. Тези официални профили са доказателство за служителите и потребителите на Twitter, че профилът ви е от обществен интерес и съдържанието му отразява възгледите и мненията на действителния потребител (а не на лице, което се представя с неговата самоличност). Най-често категорията на проверените профили принадлежат на потребители от области като изкуството, държавната администрация, политиката, медиите, спорта или бизнеса.

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

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

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

Освен това е необходимо да бъдете внимателни с приложения, които искат достъп до профила ви в Twitter и други функции, които сте активирали в тази социална мрежа. Ако не разбирате какво точно е необходимо да направите, разгледайте раздела с често задавани въпроси за нови потребители на Twitter, обърнете се към центъра за съдействие на клиенти или разгледайте раздела с често задавани въпроси в приложението на Twitter за мобилни устройства. Обмислете внимателно последиците и вземете решение, след като се запознаете с начините на събиране на информация и условията за ползване на социалната медия.

**Instagram:** В профилите има няколко опции за видимост на съдържанието:

„Публично“ — всеки регистриран потребител може да стане ваш последовател, да разглежда и да споделя вашите снимки, видео клипове и печатно съдържание.

„Лично“ — вие решавате дали да разрешите на други потребители да станат ваши последователи или не. Ако сте магистрат или служител на съдебната система, препоръката ни е да използвате втората опция за видимост на публикуваното съдържание. Не забравяйте, че публикуваните снимки трябва да отговарят на специфични условия, посочени в етичния кодекс (тази информация е налична в раздел „Насоки за потребителите“ в приложението или във вашия профил). Имайте предвид, че публикуваните снимки, дори тези предназначени само за близки „приятели“, винаги могат да бъдат публикувани на места, където не очаквате да се появят.

Дори ако магистрат или друг служител на съдебната система няма собствен профил в социалните мрежи, съществува възможност в тях да се появят фалшиви профили. Това може да бъде особено проблематично, ако бъдат използвани снимки от личен архив. Съдиите и прокурорите трябва да осъзнават риска да се окажат в ситуация, в която са уязвими на посегателства като регистрацията на фалшиви профили в социалните мрежи.

**LinkedIn:** Бихме искали да обърнем внимание на две опции, които можете да използвате при регистрацията на своя профил, които могат да повлияят върху репутацията на потребителя:

„Уведомяване на контактите Ви при споменаването ви в новините“ — при регистрацията на профил тази опция е автоматично активирана и ако не промените настройките при всяко споменаване на името ви (в медиите или блогове), вашите контакти ще получат нотификация. Всеки магистрат сам трябва да реши дали това би могло по някакъв начин да накърни репутацията му. Не забравяйте, че тези нотификации не правят разграничение между позитивни и негативни новини и че информацията ще достигне до всички ваши професионални контакти.

„Споменавания от други потребители“ — всеки път, когато друг потребител ви спомене в своя публикация, „видимостта“ на профила ви се увеличава. Не можете да контролирате контекста, в който някой ще ви спомене. Следователно внимателно преценете дали тази опция в социалната мрежа да бъде активирана или деактивирана.



## ПРИЛОЖЕНИЕ II

### Насоки на Съюза на съдиите в Чехия

#### Етични ограничения при използването на социалните медии от съдии

На своето общо събрание, проведено на 5 ноември 2016 г. в Микулов, Чешкият съюз на съдиите възложи на Етичната комисия задачата на направи анализ на етичните ограничения при използването на социални медии (Facebook, Twitter, блогове и т.н.) от съдии по отношение степента, в която свободата на словото на съдията е ограничена от длъжността, която заема.<sup>32</sup>

Етичната комисия на Съюза на съдиите (по-долу „Комисията“) изхожда от основополагащите „Принципи за поведение на съдиите“, приети на общото събрание на организацията на 26 ноември 2005 г. (по-долу „Етичен кодекс“)<sup>33</sup>. Етичният кодекс съдържа общите положения и основните принципи за поведение на съдиите, сред които достойнство, безпристрастност и независимост в правораздавателната дейност и поведението на съдията. Тези принципи обаче са твърде общи и не касаят конкретно използването на социалните мрежи от съдии. Поради тази причина Етичната комисия се позовава на констатациите и заключенията от дисертацията на съдия Зденек Крживка<sup>34</sup>, озаглавена „Съдиите и социалните медии“. При изготвянето на своето становище Етичната комисия се позовава и на правната рамка, която регламентира дейността на съдиите, и по-конкретно на чл. 81 и чл. 82 от Конституцията, чл. 17 от Хартата на основните права и свободи и раздел 80 на Закон № 6/2002 г. относно съдилищата и съдиите (в текста по-долу „ЗСС“). В резултат на своя анализ комисията достигна до основния извод, че е твърде малко вероятно съдията да наруши своите задължения, произтичащи от по-горе цитираните правни актове, без едновременно с това да наруши и принципите на съдийската етика. Обратното твърдение обаче не е вярно — спазването на закона от страна на съдиите не означава, че те не могат да нарушат принципите на съдийската етика. Вж. например членството в политическа партия в качеството на редови член, което само по себе си не съставлява закононарушение, но е в разрез с принципите на съдийската етика (до това заключение достигна Общото събрание на Съюза на съдиите, проведено на 24 ноември 2007 г. в Кромержиж<sup>35</sup>. Нарушение на закона (и по-конкретно на чл. 40, ал. 4 на ЗСС) би бил случай, в който съдия не е редови член на политическа партия, но изпълнява политическа функция в рамките на политическа група, например проявява по-голяма политическа активност от редови член на съответната партия.

По отношение на по-горе споменатата правна уредба, релевантна е и съдебната практика относно използването на социалните мрежи от съдии: вж. напр. решението на Върховния административен съд по дело Kss 6/2015-53 от 6 юни 2016 г. (и последващите мотиви

<sup>32</sup> Точната формулировка на заданието гласи: „[Да се направи] анализ на границите на етичното използване от съдии на социалните мрежи (Facebook, Twitter, блогове и т.н.), за да се оцени степента, в която свободата на изразяване е ограничена от заеманата от съдията длъжност.“

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

<sup>34</sup> КРЖИВКА, Зденек. Съдиите и социалните медии Бърно, 2015 г. Дисертация Масариков университет, Факултет по право Текстът е достъпен на [https://is.muni.cz/th/378547/pravf\\_m/DP\\_final\\_v1.0.pdf](https://is.muni.cz/th/378547/pravf_m/DP_final_v1.0.pdf).

<sup>35</sup> Той счита, че от етична гледна точка членството на съдии в политически партии е неуместно, а участието им в органи на местната власт неприемливо.

на Конституционния съд в решението му по дело IV ŪS 2609/16 от 11 април 2017 г.), дело 16 Kss 7/2014 - 92 от 11 юни 2015 г. (и последващите мотиви и изводи в решенията на Конституционния съд по дело I. ŪS 2617/15 от 5 септември 2016 г.; ŪS 2490/15 от 8 ноември 2016 г. (относно писмо, изпратено от съдия по електронната поща до множество получатели); и ŪS 3844/13 от 30 октомври 2014 г. (относно естеството на комуникацията във Facebook в качеството на физическо лице, което не е съдия). В други свои изводи Етичната комисия не уточнява дали проблематичните от етична гледна точка постъпки на съдии, описани по-долу, същевременно съставляват и закононарушение, тъй като това не е включено в обхвата на възложеното на комисията задание.

Свободата на словото на съдията е ограничена, за разлика от тези на лицата, които не са съдии, поради факта, че съдиите трябва винаги да полагат усилия (особено в публичните си изказвания) да не уронват достойнството на своята професия и да не поставят под въпрос доверието в правосъдието и в своята безпристрастност и независимост. Като цяло съдиите не трябва да оповестяват публично своите политически възгледи, освен по въпроси, свързани с правосъдието. Ако съдията изрази своите възгледи по политически (несвързан с правосъдието) въпроси, това може да породи съмнения предубеденост и да даде повод искането на отвод, напр. по дело, свързано с конкретната политическа партия (движение) или имащо отношение към коментирания политически въпрос. Освен това е препоръчително съдиите да не участват в политически дебати, включително поради непрестанно понижаващото се ниво на правилата за добро поведение при участието в подобни дебати. Ако съдията участват в публична размяна на мнения по политически въпроси, той/тя по правило поставя под съмнение собственото си достойнство (и косвено това на правосъдието като цяло), което както вече беше споменато по-горе поставя под съмнение и собствената му безпристрастност. В този контекст трябва да се подчертае, че достатъчна предпоставка за отвод на съдия е предположението от страна на разумен наблюдател, че съдията е неспособен да се произнесе по спора безпристрастно и обективно. По отношение на изказванията на съдии, касаещи политически опоненти, Етичната комисия се позовава и на заключенията на Конституционния съд по дело ŪS 2617/15 от 5 септември 2016 г.<sup>36</sup>, съгласно което

Важно е къде съдията публикува своите позиции. Безспорно негативно би се приела публикация на съдия, считан за пазител на правилата на демократичното общество, в медийно пространство, което се счита за екстремистко и подкопаващо устоите на демократичното общество. Това важи както за печатно съдържание, така и за всичко, което се публикува в интернет.

Ако съдията сподели свои възгледи в блог или в интернет (няма значение дали в рамките на статия или като отговор или коментар към статия), тези възгледи се считат за публично изразени и са подчинени на всички изисквания и условия, описани по-горе. Ситуацията с Facebook е по-сложна. Тази платформа за комуникация служи основно за установяване и поддържане на онлайн отношения и разпространение на информация.

<sup>36</sup> „...при упражняването на своето право на свобода на словото съгласно чл. 17 на Хартата и чл. 10 на Конвенцията, лицето, заемащо длъжността съдия има задължението да проявява лоялност и въздържание. Следователно, свободата на изразяване на съдията е предмет на специалните ограничения, които произтичат от това задължение. По-конкретно, съдията не трябва да уронва общественото доверие в обективността и безпристрастността на своята преценка в съответствие с основните принципи на демократичното управление и върховенството на правото и да подкопава общественото възприятие на безпристрастността и независимостта на съдебната система. Съдията трябва да проявява съдържаност в коментарите си по политически въпроси, и по-конкретно в оценките си на отделните кандидати или партии и групи или политически коалиции.“



Facebook позволява създаването на мрежи от социални контакти, разрешава комуникацията между потребителите, споделянето на различно мултимедийно съдържание, организирането на събития и публикуването на презентации от потребители. След като регистрира своя профил, потребителят има възможност да намери други потребители на мрежата, с които желае да установи контакт и да им изпрати покани за „приятелство“ (потвърждавайки взаимния интерес към общуване). Една от съществуващите опции е потребителят индивидуално да зададе настройките за споделяне на публикувана информация и да използва инструментите за защита на данните, за да контролира достъпа до свързаното с него съдържание, както и лицата, които могат да осъществяват контакт с него в социалната мрежа и начина за това. Това означава, че профилът на потребителя в социалната мрежа може да бъде напълно отворен (публичен и достъпен за всички потребители на Facebook и дори на интернет (потребителят най-общо има избор дали да публикува определено съдържание и то да бъде достъпно единствено за определен кръг потребители или може да избере тази опция за отделни публикации и съдържание). Комуникацията във Facebook може да се осъществява посредством функцията за разговор (от англ. Chat), изпращането на лични съобщения на определен потребител или група потребители) или чрез личната профилна страница на потребителя, на която той публикува определено съдържание, включително и чрез публикуването на съдържание на страниците на останалите потребители, ако настройките им позволяват това. Чрез възможността за избор на настройки за защита на личните данни от потребителя се определя дали съдържанието на профилната страница е достъпно и видимо единствено за приятели, за избран кръг или групи от приятели, всички регистрирани потребители на Facebook или всички потребители на интернет.

По своето естество съдържанието на социалната мрежа Facebook е нито частно, нито публично. Това винаги зависи от нивото на защита на личните данни, определено от всеки индивидуален потребител, или конкретно за всяка отделна публикация. Чрез мрежата потребителят може да комуникира само с още един потребител без съдържанието да бъде видимо или достъпно за други потребители. Въпреки че се осъществява чрез социална мрежа, използвана от един милиард потребители, тази комуникация може да се разглежда като лична в степената, в която същото е валидно за съобщенията по електронна поща като например [www.gmail.com](http://www.gmail.com) или [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz). Независимо от това, потребителят на социалната мрежа Facebook разполага и с възможността да направи своя профил изцяло публичен и достъпен за всички регистрирани потребители на Facebook и на всички потребители на интернет. Тази опция намира широко приложение от, например, политически партии, групи по интереси, творци, доставчици на услуги, търговци и други лица, които чрез присъствието си в социалните мрежи целят да достигнат до максимален брой интернет потребители. Въпреки това, в някои случаи тези настройки се използват и от „обикновени“ потребители. Ако тези потребители са съдии, за тях са в сила същите ограничения, които се прилагат и по отношение на всички други техни публични изказвания.

Считаме, че по отношение на безпристрастността на съдията, „сприятеляването“ във Facebook крие известен етичен риск. Като допускат дадено лице до списъка със своите „приятели“, потребителите изразяват известна привързаност (симпатия) към съответното лице. Проблеми с „приятелите“ на съдиите могат да възникнат в процесуален план, в случаите, в които на съдията е разпределено дело по което една от страните или процесуалният представител на една от страните е „приятел“ на съдията във Facebook. „Приятелството“ в социалната мрежа само по себе си може да

създаде впечатлението, че такава страна или процесуален представител се ползват от привилегиран статут по отношение на съдията и следователно могат да повлияят на решението му по делото.

Що се отнася до „приятелството“ във Facebook, може с увереност да се каже, че понятието не се припокрива с приятелството в обичайния смисъл на думата, т.е. изградени трайни и дълбоки взаимоотношения, чието проявление е поддържането на редовен, личен контакт, прекарването на свободно време заедно, съвместни почивки, ходене на гости и т.н. Следователно, не може да се каже, че само по себе си „приятелството“ във Facebook е доказателство за пристрастност на съдията (обобщенията в това отношение са недопустими, тъй като установяването на пристрастие винаги следва да се базира на преценка на конкретните факти във всеки отделен случай).

По отношение на Facebook и всички останали социални мрежи следва да се отбележи, че контактите в тях не могат да бъдат охарактеризирани като строго двустранни. „Приятели“ в социалните мрежи изграждат собствени мрежи от контакти, споделяйки публикации, които вече са били споделени. Това означава, че съдията не може да бъде сигурен къде ще се появи написаното или споделеното от него, независимо от това, че първоначално то е било споделено с ограничен кръг контакти.

Проблем по отношение на споделянето на съдържание във Facebook може да възникне, когато други потребители споделят свое съдържание на страницата на съдия, за да повлияят неговата преценка (напр. статии относно висящи дела). Всяка положителна реакция от страна на съдията на подобни материали би била изцяло неуместна.

Функцията „харесвам“ във Facebook може да бъде описана като израз на съчувствие, привързаност или съгласие с публикация, коментар, снимка, видео клип, приложение или други компоненти на Facebook. „Харесването“ е (може да бъде) видимо за останалите потребители и съдията трябва да проявява съдържаност в това отношение, поради това че, изразявайки своята подкрепа, той/тя може да създаде впечатление, че е съгласен с изразената позиция от страна по дело или от нейния процесуален представител.

По своите характеристики социалната мрежа Twitter се отличава от Facebook. Мрежата Twitter е изначално предназначена за публична комуникация, насочена към неконкретизиран брой адресати. Поради тази причина съдържанието, което съдиите публикуват в Twitter, подлежи на същите ограничения, които важат и за публичните изявления на съдиите. В тази мрежа също съществува възможност за „харесване“ на споделено съдържание.

Всичко казано по-горе остава валидно, дори ако съдията използва социалните медии анонимно, т.е. не използва истинското си име (тезата, че безпристрастността на съдията би могла да бъде поставена под въпрос единствено при разкриване на неговата самоличност, т.е. че съдията се отрича от изразените мнения или ги защитава единствено под прикритието на анонимността или на фалшива самоличност, би била незащитима). Абсолютно неуместен би бил и подход, при който съдията привежда аргументи, че не е публикувал съответното съдържание в качеството си на съдия.

Едва ли е необходимо да напомняме, че неуместно изразените възгледи или мнения на съдията (вкл. използването на груб, некултурен или вулгарен език) в публични изявления трябва да се избягва да всяка цена, защото уронва престижа и достойнството на съдийската професия. Подобни неуместни изказвания включват и иронични и шеговити критични коментари на всякакви теми и във всякакви ситуации. Ако в своите публични изявления даден съдия използва подобни реторични похвати, той трябва да очаква същото отношение от своите събеседници, което принизява тона на всяка дискусия. Подобни публични дискусии уронват достойнството на съдията (като имат непряко отражение и върху цялата съдийска общност) и могат да компрометират неговата безпристрастност.

Достойнството на длъжността, която съдията заема, е присъщо не само на отделния съдия, но и на цялата съдийска общност. Ако с поведението си съдията урони своето достойнство, това рефлектира върху всички останали съдии, но и върху правосъдието като цяло. Подкопаването на доверието с съдебната власт води до ситуация, в която обществеността няма доверие и не приема решенията на съда. А без това доверие, съдиите не могат да изпълняват основната си мисия да налагат принципите на върховенството на правото. Вж. също така мотивите на Конституционния съд по дело ÚS 2617/15 от 5 септември 2016 г.<sup>37</sup>

### Изводи относно участието на съдиите в социалните мрежи

- (1) Всичко, което съдията публикува (мнения, коментари, снимки и т.н.) трябва да защитава достойнството на професията на съдията и да не хвърля съмнение върху неговата/нейната безпристрастност или независимост.
- (2) Съдията не трябва да гради отношения, които биха могли да създадат впечатление за влияние върху работата му/й като съдия.
- (3) Съдията при никакви обстоятелства не коментира висящи съдебни дела.
- (4) Съдията не дава правни консултации.
- (5) Съдията избягва да дава политически оценки (включително, например, да изразява подкрепа за определен кандидат за изборна политическа длъжност, не „харесва“ партии или движения и не коментира противоречиви политически въпроси, освен ако нямат отношение към правосъдието и съдебната система).
- (6) Съдията съзнава, че никога не може да бъде сигурен къде ще се появи публикувано от него съдържание, независимо от това, че може да е било предназначено за малък брой адресати.

24 май 2017 г., Прага

Етична комисия на Съюза на съдиите д.ю.н. Ладислав Дерка

<sup>37</sup> „Основното задължение на всеки съдия е да защитава основните права и свободи (чл. 4 на Конституцията) и да решава спорове в съответствие с основните принципи на демократичната държава и върховенството на право (чл. 1, ал. 1 на Конституцията). Ако чрез свои коментари съдия постави тези основни ценности под съмнение, това означава, че той/тя поставя под съмнение своите основни задължения, което по условие подкопава общественото доверие в правораздаването. Във връзка с тези основни ценности, обаче, съдията има задължение за лоялност, която го/я ограничава в упражняването на своето право на свободно изразяване.“



## СПИСЪК НА НАЦИОНАЛНИ И МЕЖДУНАРОДНИ МНЕНИЯ, РЕГУЛАЦИИ И СТАНДАРТИ ОТНАСЯЩИ СЕ ДО СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

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





*Финансирането е предоставено  
от правителството на САЩ*