

ÎNDRUMAR DE BUNE PRACTICI PRIVIND ACTIVITATEA JUDECĂTORILOR ȘI PROCURORILOR ÎN SPAȚIUL SOCIAL MEDIA/PLATFORMELE ONLINE



1 9 0 9
Consiliul Superior
al Magistraturii

Proiectul „TAEJ - Transparență, accesibilitate și educație juridică prin îmbunătățirea comunicării publice la nivelul sistemului judiciar”, cod SIPOCA 454/cod MySMIS 118765 este cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020.

NUME BENEFICIAR:

Proiectul este implementat de Consiliul Superior al Magistraturii (lider), în parteneriat cu Școala Națională de Grefieri, Inspekția Judiciară, Parchetul de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție, Institutul Național al Magistraturii și Ministerul Justiției.

OBIECTIVUL GENERAL:

Îmbunătățirea și abordarea unitară a comunicării publice la nivelul sistemului judiciar în vederea consolidării imaginii acestuia, asigurarea unei transparențe sporite în interiorul și exteriorul sistemului, precum și îmbunătățirea accesului la justiție prin creșterea gradului de informare, conștientizarea drepturilor cetățenilor și dezvoltarea culturii juridice.

REZULTATE AȘTEPTATE:

Proiectul își propune să atingă următoarele rezultate:

1. Comunicarea publică îmbunătățită și abordată unitar la nivelul sistemului judiciar;
2. Grad ridicat de acces la justiție prin facilitarea accesului la informații privind sistemul judiciar și serviciile furnizate cetățenilor;
3. Nivel ridicat de informare, conștientizare a drepturilor și a gradului de educație juridică a publicului.

VALOAREA TOTALĂ A PROIECTULUI:

Valoarea totală a proiectului care face obiectul contractului de finanțare este de 29.667.068 lei, din care 24.915.549,67 lei (83,98%) reprezintă finanțare nerambursabilă din Fondul Social European, iar 4.751.518,33 lei reprezintă cofinanțarea beneficiarului și a partenerilor.

DATĂ ÎNCEPERE ȘI DATĂ FINALIZARE PROIECT:

Perioada de implementare a proiectului a început la data de 5.09.2018, pentru 36 de luni.

Website: www.sipoca454.csm1909.ro

CONSILIUL SUPERIOR AL MAGISTRATURII

**ÎNDRUMAR DE BUNE PRACTICI PRIVIND
ACTIVITATEA JUDECĂTORILOR ȘI
PROCURORILOR ÎN SPAȚIUL SOCIAL
MEDIA/PLATFORMELE ONLINE**

WWW.LUMEAJUSTITIEI.RO

I. INTRODUCERE	3
De ce avem nevoie de un <i>Îndrumar</i>	3
Judecătorii și procurorii, ancorați în era tehnologiei digitale	5
Obiectivele <i>Îndrumarului</i> pe termen scurt, mediu și lung	6

PARTEA ÎNTÂI - CE ESTE SOCIAL MEDIA ȘI CUM SE FOLOSEȘTE

II. CE ESTE SOCIAL MEDIA	7
Caracteristicile social media	7
Cele mai populare canale de social media	8
Social media în România. Câteva date	12
III. UTILIZAREA SOCIAL MEDIA	13
Folosirea setărilor de confidențialitate	14
Tipuri de interacțiuni în social media	14
Recomandări practice în utilizarea social media	15
Conturile false	16
Cum se șterge un cont	16
IV. AVANTAJELE ȘI RISCURILE UTILIZĂRII SOCIAL MEDIA	17
Avantaje	17
Riscuri	18
Exploatarea atenției	19
Social media și reclama mascată	19
Profiling	20
Inflamare și radicalizare	20
Camerele ecou	21
Fake-news	21

PARTEA A DOUA - STANDARDE DEONTOLOGICE ȘI RECOMANDĂRI

V. DEONTOLOGIA JUDECĂTORULUI ȘI PROCURORULUI	23
Codul deontologic al judecătorilor și procurorilor din România	24
Social media și reclama mascată	27
Evitarea consilierii juridice de către judecători și procurori	27
Medierea între libertatea de exprimare și obligația de rezervă	27
Responsabilitatea judecătorului și a procurorului pe social media	29
Educarea judecătorilor și procurorilor în folosirea rețelelor sociale	30
VI. JUDECĂTORUL ȘI PROCURORUL CA PRIETEN PE SOCIAL MEDIA	31
Cum se moderează comentariile	32
VII. INSTITUȚIILE DIN CADRUL SISTEMULUI JUDICIAR ȘI SOCIAL MEDIA ...	33
Moderarea comentariilor malițioase pe paginile instituționale social media	34
VIII. CONCLUZII	36

I. INTRODUCERE

De ce avem nevoie de un Îndrumar

Judecătorii și procurorii, în calitatea lor de profesioniști ai dreptului, prin activitatea lor, influențează și interesează categorii largi de oameni.

Prezentul *Îndrumar* își propune să contureze în linii generale recomandări în privința modalității de utilizare a spațiului social media și a platformelor online într-un mod care să conducă la consolidarea/îmbunătățirea imaginii sistemului judiciar. În acest sens, este nevoie de un înalt grad de conștientizare din partea judecătorilor și procurorilor în ceea ce privește efectele utilizării individuale a rețelelor sociale asupra imaginii lor personale, dar și felul în care aceasta se reflectă asupra întregului sistem de justiție, întrucât în ochii opiniei publice fiecare judecător și procuror în parte este un emisar al sistemului judiciar.

Cu toate acestea, prezentul *Îndrumar* nu înlătură interdicțiile rezultate din legi speciale, regulament sau codul deontologic, astfel că folosirea unor exprimări imperative este justificată.

Odată cu ultimele dezvoltări ale tehnologiei, s-au născut și rețelele sociale și odată cu ele a apărut un nou mod de a comunica și relaționa, cu mai puține constrângeri decât mijloacele tradiționale de comunicare și informare. Informația este transmisă mai facil și ajunge mult mai repede la o audiență.

Așadar, autoritățile judiciare din România sunt nevoite să se adapteze la mijloacele moderne de comunicare instituțională, în contextul evoluției jurnalismului social, un tip de jurnalism care presupune implicare din partea cititorilor.

Importanța unei comunicări adecvate în spațiul social media a devenit evidentă și prin prisma faptului că, în ultimii ani, numărul utilizatorilor de internet a crescut fulminant.

În societatea digitală a zilelor noastre, a devenit extrem de important ca toate activitățile individuale publice ale judecătorilor și procurorilor să conțină dovada conștientizării permanente a rolului și poziției justiției în societate, știut fiind că „*întreaga valoare a puterii judecătorești depinde de oamenii care o vor exercita*”¹.

Realitatea lumii justiției este receptată de opinia publică în funcție de modalitatea de reflectare a acesteia în media online, pentru că, în general, publicul nu are acces direct la evenimentele care formează lumea justiției.

În acest sens, este important de conștientizat că nu doar prin sentințe, rechizitorii sau ordonanțe, judecătorii și procurorii au un impact mai mic sau mare asupra întregii societăți, ci orice manifestare, online sau offline, poate influența concepția generală a societății despre funcția pe care o îndeplinesc.

Așadar, modul în care opinia publică percepe realitatea justiției este influențat de modul în care judecătorii, procurorii și instituțiile publice din sistemul de justiție o reflectă și pe rețelele sociale, știut fiind că acestea reprezintă o importantă sursă de informare pentru mass-media și pentru cetățeni.

Utilizarea individuală a mediei sociale de către judecători și procurori în viața lor privată este acum destul de larg răspândită în majoritatea statelor. Desigur, nu se poate interzice judecătorilor și procurorilor să folosească social media în viața lor privată, atunci când utilizarea se referă la chestiuni private sau alte aspecte sociale sau profesionale, în limitele codului deontologic, o astfel de utilizare intrând sub incidența dreptului la libertatea de exprimare.

Cu toate acestea, importanța rolului jucat de către judecători și procurori presupune, în mod necesar, limite ale conținutului.

¹ *Tratat teoretic și practic de procedură civilă*, vol. I, V. M. Ciobanu, Ed. Națională, 1997, p. 18-27.

Judecătorii și procurorii, ancorați în era tehnologiei digitale

Rolul judecătorului și procurorului în zilele noastre nu este doar acela de a-și actualiza și reînnoi cunoștințele sau de a fi la curent cu practica instanțelor europene sau cu jurisprudența națională relevantă.

Un bun judecător sau procuror nu trebuie să rămână închis într-un turn de fildeș, străin de problemele curente ale societății. Dimpotrivă, opinia publică în zilele noastre are nevoie să știe că judecătorii și procurorii sunt oameni în primul rând, bine ancorați în viața cotidiană.

Globalizarea rapidă a oricărei informații online este premisa și în același timp oportunitatea pentru ca fața umană a justiției să ajungă să fie cunoscută de public.

Pentru aceasta, rețelele sociale sunt cele mai utilizate instrumente de comunicare online, pe lângă blogging, vlogging, podcast-uri etc.

Dintre toate, statistic, Facebook este astăzi cea mai populară rețea socială în țara noastră, cu implicații semnificative în domeniul socializării.

Prezența pe Facebook a judecătorilor și procurorilor a devenit în ziua de astăzi o practică cunoscută, iar acest lucru duce la un număr de probleme și întrebări ce țin direct de tema construirii identității și imaginii de sine și implicit a imaginii sistemului de justiție.

Pentru a fi pe Facebook, utilizatorul judecător sau procuror trebuie să-și creeze un profil, adică să decidă ce și câtă informație personală să distribuie. Crearea unui profil deschide posibilitatea de a crea o listă cu alte profiluri, așa-zii „prieten”. Termenul de „prietenie” însuși este înșelător, deoarece interacțiunea virtuală, acceptată de utilizatori, nu are ca premisă prietenia din viața reală.

Astfel, activitatea pe Facebook presupune interacțiunea cu ceilalți oameni, iar fiecare acțiune destinată publicului sau unui public restrâns, presupune apariția altor informații disponibile pe profilul propriu. Judecătorii și procurorii care decid să devină utilizatori de social media au responsabilități suplimentare. În momentul în care datele, opiniile și preferințele lor sunt publicate, trebuie să fie conștienți că nu mai dețin controlul asupra percepției publice a postării.

Este important de subliniat că toate calitățile judecătorilor și procurorilor de a avea conștiință, echilibru, curaj, obiectivitate, înțelegere, omenie și erudiție, calități necesare chiar pentru accederea în profesie, trebuie să se reflecte în activitatea în spațiul social media a judecătorilor și procurorilor.

Obiectivele Îndrumarului pe termen scurt, mediu și lung

Îndrumarul își propune, pe termen **scurt**, să contribuie la crearea unui cadru care să faciliteze comunicarea instituțională pe platformele social media și să ghideze comportamentul și activitatea judecătorilor și procurorilor pe aceste platforme, în concordanță cu codul deontologic al magistratului.

Pe termen **mediu**, Îndrumarul vizează îmbunătățirea percepției publice asupra judecătorilor și procurorilor, îmbunătățirea comunicării publice în vederea creșterii transparenței activității instanțelor de judecată, a parchetelor și a instituțiilor sistemului judiciar, precum și creșterea nivelului de educație juridică în rândul publicului larg.

Pe termen **lung**, Îndrumarul urmărește creșterea gradului de informare a cetățenilor cu privire la activitatea instanțelor de judecată și a instituțiilor sistemului judiciar, îmbunătățirea percepției publice asupra instanțelor de judecată și a instituțiilor sistemului judiciar, creșterea încrederii cetățeanului în justiție, creșterea nivelului de informare, conștientizare a drepturilor și a gradului de educație juridică a publicului.

PARTEA ÎNTÂI

CE ESTE SOCIAL MEDIA ȘI CUM SE FOLOSEȘTE

II. CE ESTE SOCIAL MEDIA

*Caracteristicile social media.
Cele mai populare canale de
social media. Social media în
România. Câteva date.*

Aproximativ 45% din populația globului folosește social media (3,4 miliarde de utilizatori), o creștere cu 9% față de anul trecut, rata de răspândire fiind în 2018 de aproximativ 1 milion de noi utilizatori în fiecare zi.

Există mai multe definiții ale social media dar, în sumă, ele adună aceleași elemente definitorii: tipuri de comunicare electronică (site-uri web și aplicații) prin intermediul căreia utilizatorii creează comunități online pentru a schimba informații, mesaje personale, conținut foto și video într-un mod rapid, eficient și în timp real.

Caracteristicile social media

Apariția rețelelor sociale a schimbat fundamental și pentru totdeauna modul în care comunicăm, iar noile caracteristici definitorii ale social media au impus adaptarea felului în care schimbăm informații:

- **Comunicare instantanee** - ce se postează pe rețelele sociale este despre „Acum!”. De aceea, o trăsătură definitorie este viteza cu care se postează;
- **Conectivitate multiplă** - rețelele de social media oferă acces la audiențe foarte mari, de sute de milioane de persoane;
- **Comunicare complexă** - pe toate palierele: text, audio, video, video în direct;
- **Concizie** - comunicarea în social media presupune calupuri de informație (text, audio, video) concentrate, scurte, pentru a putea fi parcurse rapid.

Principalul scop în rețelele sociale este dat de creșterea continuă a audienței, cum să atragi atenția celorlalți, cum să fi citit, văzut, urmărit, de o audiență cât mai extinsă.

Cele mai populare canale de social media

FACEBOOK

Cea mai răspândită rețea socială din lume, lansată în 2004, ajunsă acum la aproximativ 2,3 miliarde de utilizatori.

Este o rețea de tip închis, accesul fiind permis numai după crearea unui cont personal.



Facebook permite postarea de text fără limită de caractere, permite postarea de conținut foto și video, link-uri, transmisii video live, mesagerie text, apeluri vocale și video, conține un marketplace unde poți vinde și cumpăra.

Facebook oferă posibilitatea de a juca jocuri cu prietenii, poți crea grupuri sau adera la grupuri deja create în funcție de temele de interes.

Aproximativ 74% din utilizatorii de Facebook intră pe rețea cel puțin o dată pe zi.

YOUTUBE

Este un site de distribuție de conținut video, creat în 2005, acum devenit o subdiviziune a companiei Google.

Este o rețea de tip deschis, clipurile video pot fi vizionate fără a fi înregistrat cu un cont personal, dar numai utilizatorii înscriși vor putea da like, dislike, adăuga comentarii, distribui conținutul vizionat, sau își pot crea canale personale de Youtube.



Este a doua rețea socială ca popularitate și număr de utilizatori, în ianuarie 2019 înregistrând aproximativ 1,9 miliarde de conturi la nivel mondial.

INSTAGRAM



Instagram este o aplicație pentru telefoane mobile inteligente ce permite utilizatorilor încărcarea și distribuirea ulterioară de conținut foto și video pe o multitudine de rețele, cum ar fi Facebook, Twitter, Tumblr și Flickr.

A fost creată în anul 2010, iar acum este parte a companiei Facebook. Asemănător Facebook și Twitter, cei care își creează un cont primesc automat un profil și un news-feed. Cel înregistrat poate alege să urmărească alți utilizatori, moment din care tot ceea ce postează aceștia va apărea în feed-ul propriu.

Utilizatorii pot da like, comenta, folosi opțiunea „tag” și accesa mesageria privată.

Există aproximativ 1 miliard de utilizatori de Instagram la nivel global, dintre care aproximativ 60% intră pe aplicație cel puțin o dată pe zi.

TWITTER

Este o platformă de tip micro-blogging, care permite utilizatorilor să trimită și să citească mesaje scurte (la început de maximum 140 de caractere, acum opțiunea a fost extinsă la 280 de caractere) numite „tweets” (ciripituri).



La nivel global, Twitter adună aproximativ 320 de milioane de utilizatori, dar folosirea platformei cunoaște un ușor declin în ultima perioadă.

LINKEDIN



Linkedin este o rețea socială de nișă, orientată spre mediul profesional, folosită în mod special pentru a pune în contact profesioniștii cu potențialii lor angajatori.

Acum este parte a companiei Microsoft și peste 50% dintre cei care au cont deschis pe această platformă sunt absolvenți de studii superioare ce își postează public CV-ul pentru eventuale oferte. Pot fi, de asemenea, postate materiale sau opinii în feed, ca în oricare altă rețea de socializare. Sunt aproximativ 610 milioane de useri, cu o rată de creștere de 2 noi utilizatori în fiecare secundă.

PINTEREST

Pinterest este un motor de descoperire vizuală care te ajută să găsești diverse idei (Pin-uri) legate de hobby-uri, precum rețete, surse de inspirație pentru casă sau stil și multe altele.

Are aproximativ 250 de milioane de utilizatori activi în fiecare lună, fiind o platformă populară mai ales printre femei.



REDDIT



Este o rețea de social-news, unde utilizatorii pot posta conținut și pot vota alte postări care astfel urcă în topul vizualizărilor. Noutățile de pe Reddit sunt organizate tematic, în sub-reddit-uri, fapt ce ușurează urmărirea noutăților dintr-un anumit domeniu specific.

Această rețea de tip agregator de știri permite utilizatorului să stea informat cu ceea ce este mai nou și mai popular pe internet - aproximativ 500 de milioane de conturi.

TUMBLR

Platformă de microblogging și de socializare, deținut de Yahoo!, ce conține aproximativ 500 de milioane de bloguri despre teme extreme de diverse.



SKYPE



Skype este una din cele mai populare platforme de comunicare. Este deținută de Microsoft și permite conectarea cu ceilalți prin intermediul apelurilor vocale, apelurilor video și mesajelor text, poate permite comunicări în grup. Comunicarea prin Skype este gratuită.

WHATSAPP

Este o aplicație gratuită de mesagerie, acum în proprietatea Facebook, ce permite apeluri vocale, video și text, în regim total criptat.



SNAPCHAT

Este o rețea socială creată de o aplicație pe mobil, care îți permite să socializezi live cu prieteni și oameni noi, prin mesaje text, imagini și video-uri, folosit în special de publicul tânăr, cu aproximativ 190 de milioane de utilizatori la nivel global.



Mesajele au o durată de viață scurtă, sunt de unică folosință (se numesc Snaps) și se șterg definitiv după ce sunt vizualizate (mai puțin cele care intră în My Story, fiind disponibile 24h).

Social media în România. Câteva date

Conform monitorizărilor, în România existau în luna ianuarie 2019 aproximativ 9,8 milioane de conturi de utilizatori deschise pe rețeaua Facebook, iar numărul de pagini (un alt tip de folosire a rețelei, diferită de contul individual) ajunsese la aproape 84.000.

Numărul total de postări în decurs de o lună a fost de 1,6 milioane, iar numărul de comentarii aferent a fost de 4,5 milioane, o medie de 3 comentarii la o postare.

Cifrele celorlalte rețele pentru România, conform monitorizărilor:

- **Instagram:** aproximativ 700.000 de utilizatori, care au postat într-o lună peste 1,6 milioane de fotografii și peste 5 milioane de comentarii;
- **YouTube:** aproximativ 860.000 de abonați, dintre care aproximativ 45.000 au fost activi;
- **Twitter:** aproximativ 377.000 de abonați, dintre care numai 24.000 au fost activi, dar au postat aproximativ 1,6 milioane de tweet-uri;

III. UTILIZAREA SOCIAL MEDIA

Folosirea setărilor de confidențialitate. Tipuri de interacțiuni în social media. Recomandări practice în utilizarea social media. Conturile false. Cum se șterge un cont.

Un cont pe social media este o parte din imaginea noastră livrată în online, ce furnizează informații relevante despre noi și ne profilează public.

Profiluri

Pe profilul de Facebook poți distribui informații despre propria persoană, cum ar fi gama de interese, fotografiile, clipuri video, orașul de reședință. Pentru a viziona profilul cuiva, se accesează numele persoanei sau fotografia de profil, din partea de sus a oricărei pagini de Facebook.

Pagini

Este necesară existența unui cont pentru a crea o pagină sau pentru a ajuta la administrarea uneia. Paginile sunt locuri de pe Facebook care dau posibilitatea artiștilor, persoanelor publice, afacerilor, mărcilor, organizațiilor și entităților non-profit să intre în legătură cu fanii sau clienții lor. Când cineva apreciază sau urmărește o pagină pe Facebook, poate urmări actualizările acelei pagini în noutăți.

Grupuri

Grupurile reprezintă un spațiu de comunicare cu persoane care împărtășesc interese comune. Atunci când persoanele se

Înscriu într-un grup pe Facebook, vor putea viziona conținut din grupul respectiv în flux noutăți.

Folosirea setărilor de confidențialitate

Facebook permite selectarea audienței pentru postări. Așadar, după crearea unei postări și înainte de a o distribui, se utilizează cu atenție selectorul de audiență pentru a stabili destinatarul postării.

Setarea PUBLIC permite oricărei persoane să vadă postarea, chiar dacă nu este în lista de prieteni.

Setarea PRIETENI permite numai prietenilor din lista proprie să vadă postarea. Dacă vreunul dintre aceștia distribuie postarea, aceasta va fi vizibilă numai prietenilor din lista lui, dar numai celor care sunt prieteni și cu tine. Postarea rămâne, prin urmare, numai în grupul restrictiv setat inițial.

Selectorul de audiență este esențial în activitatea judecătorilor și procurorilor pe social media, iar setarea corectă a acestuia, în funcție de interesul real, necesită o atenție deosebită înainte de a livra postarea pe rețeaua de socializare.

Tipuri de interacțiuni în social media

O postare va fi vizibilă (va apărea în newsfeed, noutăți) numai pentru aproximativ 2-3% dintre prieteni, în situații absolut speciale poate urca undeva la 20% dintre persoanele din lista de prieteni.

Algoritmul Facebook identifică două categorii de acțiuni ale utilizatorilor - interacțiuni pasive (like-uri și navigare pasivă cu click) și interacțiuni active (comentarii, replici la comentarii, distribuire, tags, transmisii video live, distribuire de linkuri în cutia de mesagerie).

Postările care nu creează interacțiuni active vor avea pe viitor mai puțină vizibilitate, vor fi văzute de un număr mai mic de

prieteni. Dacă postarea va primi altceva decât like (și anume - inimioară, ha-ha, emoji nervos etc.), se consideră că postarea a fost mai interesantă, va crește în audiență și va ajuta ca următoarea să aibă vizibilitate mai bună.

Judecătorii și procurorii sunt răspunzători de obligațiile ce decurg din statutul profesiei de magistrat în interacțiunea cu utilizatorii rețelelor social media.

Puține instituții din sistemul judiciar românesc au pagini de Facebook, dar utilizarea funcției de check-in în locații precum judecătorii, tribunale și curți de apel, de către justițiabili, a dus la crearea automată de pagini cu numele instituțiilor amintite. Acest fapt induce în eroare frecvent utilizatorii, aceștia crezând că accesează pagina oficială a instituției.

Un avantaj al creării unei pagini de Facebook este dat imediat de dispariția limitei de 5000 de fani/prieteni pe care o are un cont personal, cât și eliminarea opțiunii de aprobare la cererile de prietenie. Poți urmări numărul de vizitatori pe pagină și oferi posibilitatea de a avea multipli administratori, cu sarcini diverse în administrarea paginii.

Pagina va fi indexată de motoarele de căutare, lucru care aduce mai mulți vizitatori, iar atunci când cineva caută un subiect asemănător domeniului de activitate al paginii, Google îl poate redirecționa pe pagina de Facebook.

Recomandări practice în utilizarea social media

O listă utilă cu câteva recomandări pentru a evita cele mai frecvente greșeli pe care utilizatorii rețelelor sociale le fac:

- Se va seta corect selectorul de audiență, pentru a avea control asupra conținutului afișat (puteți reveni pe setări chiar și după activarea postării, cu excepția tag-urilor);
- Se va verifica să nu existe greșeli gramaticale. Se poate reveni pe orice postare pentru a o edita, corecta, completa. Postarea va reține aceste modificări inclusiv în distribuiri făcute deja;

- Se recomandă citarea sursei atunci când sunt preluate informații;
- Nu se recomandă multe postări într-o zi, deoarece există riscul ca algoritmul Facebook să nu le afișeze pe toate, asimilându-le spam-ului;
- În cazul în care se dorește ca un mesaj să aibă impact maxim, intervalele cu atenție ridicată a utilizatorilor Facebook sunt între 9.00 - 11.00 și 19.00 - 22.00.

Conturile false

În primul trimestru al anului 2019, Facebook a eliminat aproximativ 2 miliarde de conturi false, detectate de instrumentele automate, înainte de a fi raportate de utilizatori. Aceste conturi au fost create în principal cu intenții comerciale.

Există mai multe indicii pentru a depista conturile false: utilizatorul nu are o fotografie de profil reală, nu a completat datele de profil, nu are o listă prea mare de prieteni, nu are postări proprii. În principiu, cei aflați în spatele conturilor false fac acțiuni de promovare comercială, de promovare politică sau de trolling.

Cum se șterge un cont

Un cont poate fi suspendat temporar sau poate fi șters. Dacă se suspendă temporar contul, nu va mai fi vizibil pentru utilizatorii care nu sunt în lista de prieteni, dar se păstrează toate postările arhivate, fotografiile, video etc., putând fi utilizată și mesageria.

Dacă se șterge un cont, toată activitatea va dispărea odată cu profilul, dar mesajele schimbate cu prietenii pe mesagerie vor rămâne pe conturile lor. Comanda de ștergere a contului poate fi anulată în maximum 30 de zile.

IV. AVANTAJELE ȘI RISCURILE UTILIZĂRII SOCIAL MEDIA

**Avantaje. Riscuri. Exploatarea atenției.
Social media și reclama mascată.
Profiling. Inflamare și radicalizare.
Camerale ecou. Fake-news.**

Judecătorii și procurorii trebuie să fie conștienți că mesajele de pe rețelele de socializare pot influența percepția societății asupra sistemului judiciar și a magistraturii. Aceștia trebuie să țină seama de faptul că mesajele publicate pe rețelele de socializare sunt și rămân publice, chiar dacă sunt supuse unor parametri de confidențialitate.

Prin urmare, aceștia trebuie să analizeze în orice moment pericolele potențiale atunci când utilizează rețelele sociale sau platformele de comunicare socială.

Avantaje

Redăm în continuare o scurtă prezentare a avantajelor utilizării în mod responsabil, decent și cu discernământ, a rețelilor sociale:

- **CONECTIVITATEA.** Cel mai important avantaj în folosirea social media este conectivitatea, oameni de oriunde se pot conecta oricând, cu oricine;
- **EDUCAȚIA.** Social media are foarte multe beneficii pentru cei doriți să se educe, mai ales pentru profesori și studenți;

- **ÎNTRAJUTORAREA.** Poți obține sprijin și ajutor de la comunitatea în care ești integrat, pe diverse teme, uneori de la cine nu te aștepti;
- **INFORMAREA.** Social media a devenit cel mai rapid canal de informare pentru foarte mulți utilizatori. Capacitatea oricărui utilizator de a transmite live evenimente la care este martor a transformat social media într-un mediu de informare instantanee;
- **CAUZE NOBILE.** Poate fi folosit pentru activități civice, donații, întrajutorare;
- **ÎMPOTRIVA CRIMINALITĂȚII.** Anunțurile pe social media ale autorităților au ajutat frecvent la descoperirea cu rapiditate a autorilor unor infracțiuni;
- **CREAREA DE COMUNITĂȚI.** Social media este un perfect instrument pentru crearea de comunități pe diverse subiecte de interes, profesionale, de hobby sau de altă natură, de a aduce oamenii împreună.

Există multiple avantaje pentru ca o instituție din sistemul judiciar să aibă o pagină oficială de Facebook:

- Anunțurile au o vizibilitate mult mai mare decât pe site-ul instituției;
- Poate fi obținut feed-back imediat;
- Informațiile vor fi difuzate în mediul online mai rapid;
- Este ușor de administrat;
- Se pot face transmisii video live.

Riscuri

Social media nu este o tehnologie pe care doar o utilizăm, ci suntem, într-o anumită măsură, influențați de ea. Ne influențează comportamentul independent de modul în care o folosim, astfel încât devenim condiționați de mediul tehnologic în care acționăm

și gândim. Pentru a ajunge în poziția de a controla această tehnologie, și nu ea pe noi, trebuie să conștientizăm capcanele și riscurile pe care le prezintă.

Exploatarea atenției

Accesul instantaneu și abundența informațiilor pun presiune pe o resursă importantă a minții umane. Informația consumă atenție, care este o resursă limitată. Aceasta înseamnă că tehnologiile social media vor intra într-o competiție pentru a obține atenția noastră.

De aceea, tehnologiile digitale vor integra în design-ul lor mecanisme de captare a atenției. Mecanismele de captare au forma de recompense sociale cum ar fi like-uri, comment-uri, share-uri și așteptarea ca la fiecare accesare se vor găsi informații noi. Sarcinile zilnice sunt, astfel, întrerupte constant pentru a verifica cine a mai dat like la postări și poze, ce mai zic ceilalți sau ce s-a mai întâmplat între timp.

De aici, apare riscul dependenței de social media. Rețelele de socializare nu trebuie să devină singura formă de socializare.

Social media și reclama mascată

Social media a devenit un element hibrid în strategiile de marketing. În sens tradițional, companiile se adresau direct consumatorilor, iar mesajul promoțional era explicit.

Companiile folosesc acum social media ca un instrument non-tradițional. Ele nu mai fac parte din promovare, ci consumatorii se adresează unii altora, mesajul promoțional fiind mai mult implicit. Pentru a elimina suspiciunea de reclamă mascată, judecătorii și procurorii trebuie să manifeste atenție sporită atunci când promovează un eveniment, produs sau serviciu.

Profiling

Este recomandabil ca pe social media să nu se formuleze o poveste continuă despre propria persoană (prin toate acțiunile și interacțiunile cu ceilalți, prin tot ceea ce se postează, urmărește, apreciază sau dezaprobă). Aceasta deoarece tot ce se postează este „trackable”, poate fi identificat, poate fi urmărit în timp, rămâne în spațiul online. Din aceste informații parțiale pot fi extrapolate informații despre alte zone ale vieții private, care pot crea vulnerabilități.

Inflamare și radicalizare

Lipsa contactului direct duce la un alt risc care ia naștere din natura rețelelor digitale de socializare.

Deoarece rețelele digitale de socializare intră în competiție pentru a ne capta atenția, algoritmi după care funcționează vor promova un conținut care este mai probabil să primească like-uri și să fie distribuit. Cercetări recente au arătat că oamenii sunt mai dispuși să distribuie un conținut care provoacă indignare morală pentru că atrage atenția utilizatorilor.

Așadar, social media va favoriza selectarea unui conținut care va provoca reacții puternice de indignare morală. Pentru că este mai ușor de exprimat în mediul online, indignarea morală se extinde și asupra a ceea ce este doar dezagreabil din punctul nostru de vedere. Astfel, orice ni se pare negativ poate naște indignare.

Efectul nociv al escaladării este radicalizarea atitudinii critice față de ceea ce este diferit de noi, conducând la adâncirea diviziunilor sociale.

Dacă doi indivizi se consideră membri ai unor tabere diferite, social media va favoriza distribuirea unui conținut care poate crea imaginea că cele două tabere sunt ireconciliabile. Altfel spus, va

accentua nu doar diferențele, ci și impresia că dialogul este imposibil. Dacă social media exacerbează indignarea morală, atunci va crește polarizarea socială prin faptul că dezumanizează membrii care aparțin unor grupuri diferite. Polarizarea este un fenomen periculos pentru că subminează încrederea și cooperarea socială.

Camerele ecou

În ciuda accesului liber la cunoaștere, social media prezintă riscul de a crea ceea ce se numește camere ecou. Ele apar ca urmare a faptului că utilizatorii sunt expuși selectiv la ceea ce urmăresc online.

Atunci când indivizii au posibilitatea să elimine informațiile care nu se conformează propriilor preferințe și valori, ei vor crea niște bule virtuale în care interacționează doar cu cei care au aceleași opinii.

Efectul de tip cameră ecou din lumea digitală generează impresia că doar unii dețin adevărul ultim, pe când cei din tabăra adversă greșesc în mod profund. Dacă alegem să interacționăm online doar cu cei pe care îi agreăm, atunci cu greu vom depăși propriile prejudecăți și idiosincrazii. Trebuie să recunoaștem că oricând putem greși în raționamentele noastre, ceea ce ne va face mai toleranți și deschiși la perspectivele celorlalți.

Pentru a promova libertatea în gândire trebuie să evităm izolarea de puncte de vedere diferite și să acceptăm propria failibilitate. Este recomandabil ca judecătorii și procurorii să urmărească o diversitate de puncte de vedere din rețelele social media pentru a nu intra în aceste bule virtuale.

Fake-news

Informațiile și știrile false se răspândesc mai repede și ajung la o audiență mai mare decât cele adevărate, deoarece știrile false

pretind să ofere informații mai noi și inedite decât știrile adevărate. Acest aspect indică faptul că oamenii sunt mai dispuși să distribuie informații care au un aer de noutate.

Există două motivații pentru a propaga informații false în online. Prima: știrile care devin virale pot aduce resurse financiare din publicitate dacă numărul cititorilor care ajung în site este suficient de mare. A doua este ideologică: unii furnizori de știri false au scopul de a avantaja un candidat, o situație sau un eveniment.

Câteva elemente care ajută la identificarea unui fake-news:

- De regulă, o știre falsă vine cu un titlu bombastic, șocant;
- Trebuie verificat dacă titlul are legătură cu textul (fake-news se bazează și pe faptul că se citește doar titlul);
- Nu este semnată, este semnată numai cu inițiale sau nu are elemente concrete în conținut (declarații de persoane cu nume și prenume, nume de instituții reale etc.);
- Trebuie verificată sursa originală a știrii, de pe ce website provine, cum arată acel website, ce altceva mai conține;
- Fotografiiile însoțitoare sunt de obicei din alt context, ceea ce poate fi verificat ușor cu Google Imagini.

Este recomandabil ca judecătorii și procurorii să fie foarte atenți la fenomenul fake-news, pentru că informațiile false care prind la public nu sunt în mod evident neadevărate.

Recomandarea este ca judecătorii și procurorii să manifeste reținere față de știrile foarte circulat pe social media și să aștepte un timp până se confirmă sau se infirmă adevărul informațiilor, să se informeze corect și complet.

PARTEA A DOUA

STANDARDE DEONTOLOGICE ȘI RECOMANDĂRI

V. DEONTOLOGIA JUDECĂTORULUI ȘI PROCURORULUI

Codul deontologic al judecătorilor și procurorilor din România. Social media și reclama mascată. Evitarea consilierii juridice de către judecători și procurori. Mediarea între libertatea de exprimare și obligația de rezervă. Responsabilitatea judecătorului și a procurorului pe social media. Educarea judecătorilor și procurorilor în folosirea rețelelor sociale.

Creșterea rapidă a rețelelor digitale de socializare pune presiune și ridică noi provocări judecătorilor și procurorilor atât în ceea ce privește garantarea imparțialității, cât și manifestarea libertății de exprimare.

Înainte de apariția și utilizarea în masă a social media, judecătorii și procurorii nu aveau foarte multe posibilități de a încălca standardele de deontologie profesională în spațiul public. Declarațiile în presa tradițională erau modalitatea clasică de a fi vizibil. Acum, judecătorii și procurorii pot transmite instant mesaje către un public larg, fără ajutorul jurnaliștilor sau al instituțiilor media.

Comunicarea judecătorilor și procurorilor în social media are foarte multe specificități, rezultate atât din profilul social al

magistratului, cât și din restrângerile normative ce însoțesc activitatea sa profesională.

De exemplu, Curtea Supremă din Statul Arkansas a anulat o sentință de pedeapsă cu moartea deoarece un judecător a postat informații pe Twitter în timpul deliberărilor.

În Franța, au fost impuse sancțiuni împotriva unui judecător și a unui procuror care au postat în direct comentarii pe Twitter cu privire la procesul în care erau implicați. Cu această ocazie, Consiliul Superior al Magistraturii (CSM) din Franța a considerat că *„utilizarea rețelelor sociale în timpul sau cu prilejul unei audiențe este în mod evident incompatibilă cu obligațiile aferente statutului de magistrat”*.

În Canada, o judecătoare s-a pensionat anticipat din cauza comentariilor pe care le-a făcut pe Facebook despre doi colegi judecători. Într-o postare online, ea a identificat doi judecători prin inițialele lor, spunând despre aceștia că pedeapsa prea mică pe care au dat-o într-un caz este ridicolă.

Pe lângă gradul ridicat de responsabilitate și echilibru, care se așteaptă de la judecători și procurori, instituțiile care le evaluează activitatea trebuie să țină cont de faptul că acomodarea magistraților cu social media este un proces complicat și de lungă durată.

Codul deontologic al judecătorilor și procurorilor din România

Codul deontologic al judecătorilor și procurorilor din România promovează o delimitare clară a activității acestora de angajamente care vizează partide politice, competiția politică, interferența cu o cauză în curs sau exprimarea opiniei cu privire la probitatea profesională și morală a unui magistrat. Prin urmare, activitatea judecătorilor și procurorilor pe platformele de socializare este supusă unor rigori specifice. Virtutea echilibrului este standardul etic după care judecătorii și procurorii trebuie să se ghideze în spațiul online. Această virtute surprinde identitatea profesională fixată de valorile imparțialității și obiectivității.

Virtutea echilibrului nu trebuie, totuși, confundată cu lipsa oricărei reacții sau cu lipsa de fermitate. În anumite contexte, o atitudine echilibrată, care permite o distanțare de practicile curente, va sesiza importanța unor valori pe care ceilalți încep să le ignore.

1. Simplul fapt de a crea un cont pe social media nu contravine codului deontologic al judecătorilor și procurorilor din România. Utilizarea acestui cont se va face ținând seama de obligațiile ce derivă din statutul profesiei de judecător și procuror.
2. Judecătorii și procurorii pot publica texte, fotografii și înregistrări video despre viața privată, preferințe personale, interese profesionale, hobby-uri, cu condiția să respecte normele deontologice ale statutului de judecător și procuror.
3. Judecătorii și procurorii pot utiliza platformele de social media pentru a urmări subiecte de interes.
4. Judecătorii și procurorii pot participa și promova pe social media evenimente sportive, culturale, sociale și cu semnificație istorică, dar nu politică.
5. Judecătorii și procurorii își pot promova pe social media propriile articole și cărți, manifestări științifice, dezbateri, seminarii, la fel și orice altă resursă academică și culturală care este relevantă din punct de vedere profesional.
6. Judecătorii și procurorii pot utiliza social media pentru a disemina informații disponibile online și de interes public pentru a ajuta justițiabilii să se orienteze în relațiile pe care le au cu instituțiile judiciare.
7. În dialogul purtat cu utilizatorii rețelelor sociale, se recomandă ca judecătorii și procurorii să se limiteze la furnizarea de informații privind principiile generale după care funcționează sistemul judiciar, conținutul actelor normative, precum și regulile de desfășurare a procesului civil sau penal, în scopul exclusiv de educare a publicului.
8. Judecătorii și procurorii trebuie să folosească rețelele sociale astfel încât să nu-și exprime opinia privind o cauză în curs de soluționare.

9. Judecătorii și procurorii nu vor imixtiona în activitatea altor judecători și procurori sau instituții judiciare și nici nu vor exprima opinii negative, direct sau indirect, pe social media cu privire la probitatea profesională și morală a colegilor lor.
10. Sunt interzise publicarea și diseminarea de informații în sprijinul unui partid politic sau al unui candidat la alegeri sau afișarea de fotografii pe o rețea socială sau pe un profil social media care pot crea o legătură directă și clară a unui judecător sau procuror cu un partid politic. De asemenea, este interzisă orice inițiativă politică sau promovare directă sau indirectă a unor strategii, idei sau măsuri ale unor partide politice, care poate crea o astfel de legătură.
11. În cazul în care la evenimente culturale, sociale și cu semnificație istorică sunt prezenți oameni politici, lideri locali sau diplomați, pentru a nu afecta imaginea de imparțialitate și independență a justiției, se recomandă ca judecătorii și procurorii să fie selectivi în aparițiile foto, preferându-se poze oficiale de grup, alături de toate categoriile de invitați.
12. Judecătorilor și procurorilor le este interzis să susțină, promoveze sau să dea like la pagini și postări ale unor campanii sau grupuri activiste, dacă asocierea cu acestea poate submina prestigiul judecătorilor și al procurorilor, precum și al sistemului judiciar.
13. Fotografiile și înregistrările video care prezintă nuditate, precum și episoade din viața personală cu un grad de intimitate și care subminează demnitatea funcției judiciare sunt interzise.
14. Se recomandă atenție deosebită la pozele de la evenimente sociale, precum: petreceri/cocktailuri/reuniuni sociale și altele asemenea, postate pe social media, deoarece pot fi expuse public alte persoane, care poate nu își doresc acest lucru.
15. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să nu facă publice pe social media informații care să creeze aparența că scopul

urmărit al postării este acela de a manifesta opulență.

Social media și reclama mascată

16. Utilizarea statutului de judecător sau procuror nu este adecvată pentru a promova pe social media interesele economice ale unei alte persoane, precum și orice acțiune care are legătură cu o activitate de marketing.
17. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să evite postarea de fotografii sau texte care prezintă produse și servicii, chiar dacă au fost folosite în scop personal.

Evitarea consilierii juridice de către judecători și procurori

18. Judecătorii și procurorii nu pot utiliza rețelele de socializare sau mass-media pentru a oferi consiliere juridică.

Medierea între libertatea de exprimare și obligația de rezervă

19. Obligația de rezervă nu anulează libertatea de exprimare a judecătorilor și procurorilor.
20. În scopul educației juridice, judecătorii și procurorii pot schimba opinii profesionale pe social media.
21. Judecătorii și procurorii trebuie să respecte obligația de rezervă atunci când își exercită libertatea de exprimare pe social media, adică să păstreze demnitatea și prestigiul funcției judiciare, precum și imparțialitatea și independența sistemului judiciar.

22. Judecătorii și procurorii pot folosi libertatea de exprimare cu scopul de a evalua aspecte fundamentale ce țin de administrarea actului de justiție, sau de a promova și proteja drepturile omului recunoscute universal, libertățile fundamentale și statul de drept.
23. Judecătorii și procurorii pot folosi libertatea de exprimare cu scopul de a evalua profesional reforme legislative și constituționale și acte normative care vizează sistemul judiciar, folosind un limbaj decent, tehnic, științific și argumentat.
24. În exercițiul libertății de exprimare, judecătorii și procurorii trebuie să-și formuleze opiniile într-o manieră echilibrată care să nu afecteze nici măcar aparența de imparțialitate.
25. În ceea ce privește chestiuni de interes general din cadrul sistemului de justiție, se recomandă ca judecătorii și procurorii să-și exercite libertatea de exprimare cu prioritate în dezbateri profesionale, consultări colegiale sau inițiative instituționale, făcând apel la mecanismele profesionale dezvoltate în acest scop, cum ar fi comisii de examinare a proiectelor de acte normative sau alte asemenea organisme.
26. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să manifeste precauție și vigilență atunci când își exprimă opiniile pe social media pentru a nu fi instrumentalizate în mod partizan.
27. Judecătorii și procurorii nu vor iniția și nu se vor implica în dezbateri pe rețelele de socializare în care sunt folosite injuriile, atacurile la persoană, precum și orice altă formă directă sau indirectă de manifestare de natură să aducă atingere demnității persoanei.
28. Nu vor fi utilizate pe platformele social media comentariile discriminatorii, precum și glumele care fac trimiteri cu astfel de caracter.
29. Limbajul folosit de judecători și procurori trebuie să fie respectuos și să invite la dialog, nu să antagonizeze părțile implicate într-o dezbatere.

30. Judecătorii și procurorii trebuie să nu minimalizeze și să nu ducă în derizoriu opiniile și preocupările celorlalți.
31. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să-și exprime opinii bine cântărite, luând în considerare o diversitate de perspective și recunoscând posibilitatea propriei erori.
32. Judecătorii și procurorii sunt încurajați să urmărească o pluralitate de puncte de vedere în spațiul social media.
33. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să evite să se implice în spațiul online pentru cauze, fie ele și umanitare, într-un mod care poate submina prestigiul funcției și imparțialitatea lor.
34. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să fie foarte precauți cu privire la manifestarea indignării pentru a evita polarizarea și radicalizarea alimentată de social media.
35. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să nu folosească în mod excesiv social media, cu postări zilnice multiple și cu o prezență online cvasipermanentă activă.
36. Judecătorii și procurorii pot reacționa de îndată pentru a informa corect publicul în cazul apariției unor informații nereale/derutante pe contul personal de social media.

Responsabilitatea judecătorului și a procurorului pe social media

37. Dacă la propriile postări apar comentarii discriminatorii, jignitoare, amenințătoare, cu conotații politice din partea celorlalți utilizatori, judecătorii și procurorii vor modera discuțiile și vor dezavua aceste atitudini, inclusiv prin ștergerea acestor tipuri de comentarii.
38. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să anticipeze, atât cât este rezonabil, modalitățile în care postările lor pot fi denaturate și răstălmăcite și să țină cont de acest aspect atunci când comunică online.

39. Se recomandă ca mesajele postate de către judecători și procurori să fie explicite, clare, și argumentate, evitându-se aluziile.
40. Se recomandă ca, în discuțiile private de pe mesageria social media, judecătorii și procurorii să nu facă comentarii care, dacă ar deveni publice, ar submina demnitatea funcției judiciare.

Educarea judecătorilor și procurorilor în folosirea rețelelor sociale

41. Se recomandă ca instituțiile care îi reprezintă pe judecători și procurori să furnizeze periodic traininguri despre riscuri, dificultăți profesionale și dileme etice în utilizarea social media.

VI. JUDECĂTORUL ȘI PROCURORUL CA PRIETEN PE SOCIAL MEDIA

42. Judecătorii și procurorii pot accepta avocați în lista de prieteni. Faptul de a fi prieten pe o rețea de socializare cu avocatul care se înfățișează ulterior în fața judecătorului sau procurorului, sau cu o persoană care ulterior va dobândi calitatea de parte într-un dosar, nu este în sine o împrejurare care să pună la îndoială imparțialitatea cu care judecătorul sau procurorul va soluționa sau va cerceta acea cauză.
43. Judecătorii și procurorii pot accepta jurnaliști în lista de prieteni. Faptul de a fi prieten pe o rețea de socializare cu un jurnalist, nu este în sine o împrejurare care să poată să fie interpretată ca fiind una prin care se exprimă vreo apartenență a judecătorului sau procurorului la politica sau punctele de vedere ale unui ziar, post tv, site de informații, trust de presă etc.
44. Faptul de a fi prieten pe o rețea de socializare cu un politician, nu este în sine o împrejurare care să poată să fie interpretată ca fiind una prin care se exprimă apartenența sau simpatia politică a judecătorului sau procurorului. Cu toate acestea, judecătorul și procurorul trebuie să manifeste prudență în relaționarea cu oamenii politici în spațiul social media.
45. Judecătorii și procurorii trebuie să acorde atenție sporită pentru evitarea situațiilor în care interacțiunea pe o rețea de socializare cu un politician ar putea fi utilizată în luptele și controvesele politice.
46. Judecătorilor și procurorilor le este interzis să accepte în lista de prieteni a unor martori, avocați ai părților sau alte persoane ce sunt parte într-un dosar, cunoscând calitatea acestora. Cazurile în care prietenia din spațiul social

media reflectă o relație de prietenie în viața reală, se rezolvă potrivit normelor procedurale privind situațiile de incompatibilitate.

47. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să nu adauge pe rețelele sociale pe oricine, doar din dorința de a avea mai mulți prieteni.
48. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să nu accepte prietenia acelor utilizatori despre care ar putea avea indicii că ar folosi conturi false.
49. Se recomandă ca judecătorii și procurorii să evalueze periodic lista de prieteni și să se asigure că interacțiunile și profilurile contactelor nu afectează demnitatea funcției.

Cum se moderează comentariile

50. Judecătorii și procurorii nu sunt responsabili de postările membrilor familiei și prietenilor apropiați pe conturile personale de social media. Cu toate acestea, judecătorii și procurorii vor depune diligențe pentru a-și informa membrii familiei și prietenii apropiați, care au conturi pe social media, despre obligațiile etice și profesionale ale magistratului.
51. Judecătorul și procurorul se vor asigura că sunt singurii care au acces la contul personal de social media.
52. În situația în care există informații false despre judecător sau procuror, aceștia pot să reacționeze prompt, informând corect opinia publică, pe contul personal de social media.
53. Se recomandă ștergerea comentariilor indecente sau folosirea opțiunii *hide* (ascunde).

VII. INSTITUȚIILE DIN CADRUL SISTEMULUI JUDICIAR ȘI SOCIAL MEDIA

54. Se recomandă instituțiilor judiciare postarea de informații conținând descrierea sistemului judiciar și a procedurilor judiciare.
55. Se recomandă instituțiilor judiciare publicarea unor modele de acte procedurale preluate de pe site-urile CSM și INM.
56. Se recomandă postarea de informații despre dezbateri publice, interviuri sau podcast-uri asupra unor subiecte de interes public din domeniul judiciar.
57. Se recomandă diseminarea informațiilor referitoare la accesul la justiție (rapoarte periodice, ghiduri pentru cetățeni elaborate de CSM, INM sau SNG, facilități internet, birouri de informare etc.).
58. Se recomandă postarea de informații legate de plata taxelor judiciare de timbru, plata onorariilor pentru efectuarea expertizei, plata cauțiunilor și modalități de plată a acestora.
59. Se recomandă postarea de informații cu privire la modurile alternative de soluționare a conflictelor aflate la dispoziția părților.
60. Se recomandă postarea de informații privind jurisprudența relevantă a instanțelor.
61. Se recomandă instituțiilor judiciare postarea de informații despre organizarea unor vizite pentru elevi și studenți de tip porți deschise.
62. Se recomandă instituțiilor judiciare postarea de informații despre evenimente precum depunerea jurământului de către judecători și procurori.

63. Instituțiile din sistemul judiciar sunt încurajate să posteze informații despre participarea judecătorilor și procurorilor la evenimente organizate de școli, licee sau facultăți în vederea promovării educației juridice.

Moderarea comentariilor malițioase pe paginile instituționale social media

64. Se recomandă raportarea paginilor Facebook (sau de pe alte platforme de socializare) neoficiale ale instituțiilor.
65. Se recomandă desemnarea unei persoane care să monitorizeze rețeaua de socializare și ce comunică publicul către instituție pe rețeaua de socializare agreată și pentru a răspunde adecvat comentariilor, dacă situația o impune.
66. Se recomandă ca postările să fie aprobate anterior afișării acestora, deoarece este o metodă mai eficientă decât ștergerea comentariilor inadecvate, întrucât până la acel moment, respectivele mesaje pot crea reacții, inclusiv generarea altor mesaje.
67. Se recomandă folosirea opțiunii „confidențialitate” ca, înainte de a fi afișat un comentariu, acesta să fie aprobat.
68. Se recomandă afișarea unui mesaj care să clarifice condițiile de participare a terțelor persoane la socializarea pe pagina respectivă (disclaimer). În acest context este important să se transmită mesajul că toleranța ideilor nu include toleranța insultei. Se va atrage atenția asupra dezaprobării unei exprimări tendențioase și a consecințelor acestui tip de exprimare.
69. Comentariile batjocoritoare, ofensatoare, amenințătoare, acuzatoare, repetitive sau de tipul instigare la ură trebuie șterse sau ascunse întotdeauna.
70. Reprezentantul/purtătorul de cuvânt al instituției nu trebuie să intre în polemică cu cei care comentează; este

recomandabil să răspundă sub formă de îndrumări sau să faciliteze accesul la informațiile care sunt deja publice.

71. Se recomandă ca la o știre falsă să se răspundă cu comunicat/informare/drept la replică cât mai prompt posibil pentru a informa corect publicul în cazul apariției unor informații nereale/derutante.
72. Se recomandă ca răspunsul oferit comentariilor de tip întrebare să fie politicos și pe înțelesul publicului.

VIII. CONCLUZII

Judecătorii și procurorii nu pot fi izolați de dezvoltarea rapidă a rețelelor digitale de socializare. Cu toate acestea, judecătorii și procurorii sunt primii responsabili de imaginea lor și a sistemului judiciar în ceea ce privește modul de utilizare a platformelor social media. Ei vor fi afectați direct și indirect de tehnologiile social media atât în viața privată, cât și în cea profesională.

Social media nu este o tehnologie ca oricare alta. Ne condiționează modul în care acționăm și gândim. Pentru a naviga în siguranță în acest spațiu online, este necesar să se înțeleagă provocările specifice pe care le nasc tehnologiile social media. Prezentul îndrumar oferă un cadru comprehensiv care să ghideze comportamentul judecătorilor și procurorilor în spațiul social media.

Judecătorii și procurorii trebuie să conștientizeze că, deși social media are marele beneficiu de a conecta oamenii într-un mod fără precedent, această tehnologie prezintă noi modalități de a vulnerabiliza profesia de judecător și procuror. Din acest motiv, un îndrumar care își propune să ghideze comportamentul judecătorilor și procurorilor în spațiul social media trebuie actualizat continuu.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

România. Consiliul Superior al Magistraturii

**Îndrumar de bune practici privind activitatea
judecătorilor și procurorilor în spațiul social
media-platformelor on-line / Consiliul Superior al
Magistraturii. - Tîrgu-Jiu : Măiastra, 2019**

ISBN 978-606-042-027-9

34

Date de contact:

CONSILIUL SUPERIOR AL MAGISTRATURII

București, Calea Plevnei nr. 141B, sector 6

Tel: +4 (021) 319.81.89, Fax: +4 (021) 311.69.44

Website: www.csm1909.ro

*Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin
Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!*

***Titlul proiectului: "TAEJ - Transparență, accesibilitate și educație juridică prin
îmbunătățirea comunicării publice la nivelul sistemului judiciar"***

Codul proiectului: SIPOCA 454/cod MySMIS 2014+118765

Denumirea beneficiarului: Consiliul Superior al Magistraturii

Data publicării: decembrie 2019

*Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu
poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României.*

