



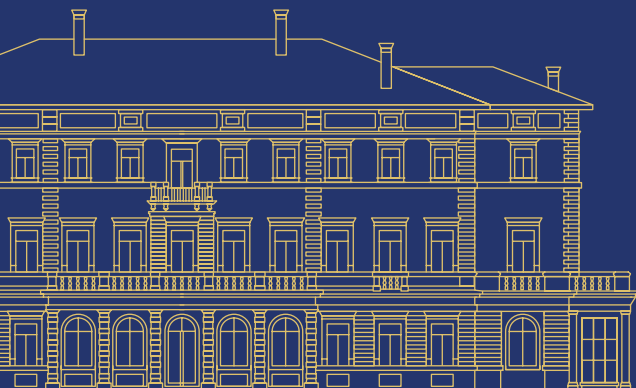
RAPORTI
I INSTITUTIT
CEELI


UDHËZIME PRAKTIKE MBI
PËRDORIMIN E MEDIAVE
SOCIALE NGA GJYQTARËT:
NË KONTEKSTIN E EVROPËS
QËNDRORE DHE LINDORE



ADVANCING THE RULE OF LAW

Instituti CEELI, me qendër në Pragë, është një organizatë çeke me përfitime publike (jo-fitimprurëse) e cila i përkushtohet zhvillimit dhe trajnimit të një rrjeti ndërkombëtar profesionistësh të fushës juridike dhe gjyqësore, të angazhuar në përparimin e parimit të shtetit të së drejtës. Përmes programeve inovative të trajnimit dhe aktiviteteve të tjera, Instituti punon me gjyqtarë, juristë dhe aktorë të shoqërisë civile për të ndërtuar shoqëri të bazuara në ligje. Instituti CEELI krenohet me larinë dhe cilësinë e programeve që ka zhvilluar, nxitjen e shkëmbimeve midis kolegëve, natyrën novatore të programeve të tij, si edhe për trashëgiminë që po lë në lidhje me kontributin e dhënë për përparimin e shtetit të së drejtës në vendet e cënueshme. Përpjekjet tona janë të përqëndruara në krijimin e pushteteve gjyqësore të pavarura, transparente dhe efikase, forcimin e institucioneve demokratike, nxitjen e përpjekjeve për të luftuar korrupsionin, tejkalimin e konflikteve të vështira, promovimin e të drejtave të njeriut dhe mbështetjen e avokatëve dhe aktorëve të shoqërisë civile në mjedise shtypëse. Instituti CEELI ndodhet në Vilën Grebovka, në Pragë, një ndërtesë historike e shekullit të nëntëmbëdhjetë, e transformuar tanimë në një qendër bashkëkohore rezidenciale dhe konferencash.





**UDHËZIME PRAKTIKE
MBI PËRDORIMIN E MEDIAVE
SOCIALE NGA GJYQTARËT:
NË KONTEKSTIN E
EVROPËS QËNDRORE
DHE LINDORE**

Nëntor 2019

PASQYRA E LËNDËS

Pasqyra e Lëndës	3
Falenderimet	5
Parathënie	7
Përmbledhja e Rekomandimeve	9
Rekomandimet për Përdorimin e Mediave Sociale nga Gjyqtarët	11
1. Përfaqësoni Mirë Sistemin Gjyqësor në TË GJITHA Informacionet në Mediat Sociale	11
2. Mos Komentoni Asnjëherë mbi Çështjet në Gjykim	13
3. Mos Përdorni Mediat Sociale për të Hetuar Palët	13
4. Mendoni Mirë se kë Shtoni si “Shok” dhe Çfarë apo Kujt i jepni “Pëlqimin” tuaj	14
5. Shmangni Komentet me Natyrë Politike dhe Tregtare	15
6. Rregulloni dhe Monitoroni Vizibilitetin tuaj në Internet	15
7. Mbroni të Dhënat Tuaja Personale	16
8. Edukoni Familjen dhe Miqtë Tuaj	18
9. Përdorimi i Mediave Sociale për të Edukuar Publikun	18
10. Vazhdoni të Edukoni Vetën për Mediat Sociale	19
KËSHILLA TË SHPEJTA PËR MENAXHIMIN E VEPRIMTARIVE TUAJA NË INTERNET	21
Shtojca I	23
1. Historia e Mediave Sociale	23
2. Përkufizime	23
2.1 Përkufizimi i Mediave Sociale	23
2.2 Përcaktimi i Mediave Sociale më të Përdorura	24
2.3 Mjete të Rrezikshme në Mediat Sociale	26
3. Ndikimi i Mediave Sociale në Shoqëri	28
4. Mediat Sociale në Politikë dhe Jetën Publike	29
5. Pronarët e Të Dhënave në Internet	29
6. Çështja e Privatësisë në Lidhje me Mediat Sociale	31
7. Rreziku për Abuzim	32
8. Shembuj të Cilësimeve të Sigurisë për Llogaritë e Rrjeteve Sociale	32
Shtojca II	35
Lista e Opinioneve, Rregullave dhe Standardeve Kombëtare dhe Ndërkombëtare, në lidhje me Mediat Sociale	41

FALENDERIMET

Instituti CEELI dëshiron të falenderojë anëtarët e Grupit të Punës të Rrjetit të Shkëmbimit Gjyqësor të Evropës Qëndrore dhe Lindore, të cilët konceptuan dhe hartuan këto Udhëzime mbi përdorimin e mediave sociale nga gjyqtarët:

Gjyqtarja Katica Artuković, Bosnjë dhe Hercegovinë

Gjyqtarja Marela Jevtović, Bosnjë dhe Hercegovinë

Gjyqtari Davor Dubravica, Kroaci

Gjyqtari Domagoj Frntić, Kroaci

Gjyqtari Ladislav Derka, Republika Çeke

Gjyqtari Levente Simon, Hungari

Gjyqtari Mindaugas Šimonis, Lituani

Gjyqtari Cristi Danilet, Rumani

Falenderime edhe për Ksenija Renko dhe Marko Rakar, ekspertë rajonalë të marrëdhënieve dhe komunikimit me publikun, David Sellers, Oficer për Çështjet Publike pranë Zyrës Administrative të Gjykatave Amerikane, Barbora Field dhe Freda Grealy, në cilësinë e Menaxherëve të Programit pranë Institutit CEELI, dhe Katherine Sorrell (William and Mary Law School) praktikante ligjore pranë Institutit CEELI, për kontributin e tyre të vlefshëm në zhvillimin e këtyre Udhëzimeve.

Instituti gjithashtu dëshiron të falenderojë Hon. Judith Macaluso, Janet Katz dhe Jane Mahoney për ndihmën e tyre të paçmuar në redaktimin e këtij dokumenti.

Ata kanë punuar me këtë dokument pro bono - pa kompensim, në formën e një shërbimi publik për të mbështetur punën e gjyqtarëve.

Ky projekt u bë i mundur me grantin dhe mbështetjen e vazhdueshme të Byrosë për Çështjet Ndërkombëtare të Lëndëve Narkotike dhe Zbatimit të Ligjit (INL), pranë Departamentit Amerikan të Shtetit.

PARATHËNIE

Instituti CEELI ka trajnuar dhe mbështetur gjyqtarët në Evropën Qendrore dhe Lindore që nga viti 2000. Nuk është për t'u habitur që çështja e përdorimit të mediave sociale nga gjyqtarët është bërë një diskutim gjithnjë e më i rëndësishëm në eventet gjyqësore të organizuara nga Instituti dhe nga organizatat e tjera në rajon. Duke qenë se përdorimi i mediave sociale është kthyer në një fenomen të përditshëm që është pjesë e jetës së shumicës së njerëzve, shqyrtimi i kufizimeve etike lidhur me përdorimin e mediave sociale është bërë një shqetësim urgjent për gjyqtarët.

Duke filluar që nga viti 2012, Instituti CEELI me mbështetjen e një granti nga Byroja e Departamentit Amerikan të Shtetit për Çështjet Ndërkombëtare të Lëndëve Narkotike dhe Zbatimit të Ligjit (INL), ka promovuar një Rrjet të Gjyqtarëve të Rinj nga Europa Qendrore dhe Lindore. Një grup pune kryesor i gjyqtarëve të këtij Rrjeti kërkoi të shqyrtojë në detaje sfidat e përdorimit të mediave sociale, në mënyrë që t'u japë kolegëve të tyre shpjegime dhe udhëzime mbi përdorimin e mediave sociale në një mënyrë të tillë që të shmangen problemet etike. Me ndihmën e ekspertëve në fushën e drejtësisë, etikës dhe marrëdhënieve me publikun, Instituti CEELI ka zhvilluar këtë përmbledhje Udhëzimesh për gjyqtarët mbi sjelljen e përshtatshme gjatë përdorimit të mediave sociale. Ato përfshijnë shembuj të sjelljes së pahijshme në mediat sociale që mund të komprometojnë pavarësinë, integritetin dhe paanësinë e një gjyqtari, të dëmtojnë besimin e publikut në pushtetin gjyqësor dhe/ose të çojnë në marrjen e masave disiplinore kundër një gjyqtari.

Qëllimet e këtij dokumenti janë përmbledhja e këtyre faktorëve, pajisja e gjyqtarëve me një pasqyrë të qartë të anëve të mira dhe të këqija të përdorimit të mediave sociale, dhe ofrimi i rekomandimeve mbi përdorimin e këtyre mediave në mënyrë të sigurtë. Këto Udhëzime do të përqëndrohen në platformat më të njohura të mediave sociale si Facebook, Instagram dhe Twitter, të cilat tani përdoren nga një përqindje e madhe e atyre që kanë akses në internet. Sidoqoftë, këto rekomandime janë të zbatueshme edhe për platformat e tjera të mediave sociale si YouTube, LinkedIn, Reddit, blogjet dhe platforma që nuk janë krijuar ende.

Ka arsye të mira pse gjyqtarët duhet të përdorin ose të paktën të jenë të vetëdijshëm se si funksionojnë mediat sociale. Nga njëra anë, aktiviteti në mediat sociale mund të sjellë probleme dhe sfida në fushën e etikës. Këto përfshijnë përshtatshmërinë e përmbajtjes të postimeve të gjyqtarëve, shfaqjen e paqëllimit të qëndrimeve të njëanshme ose interesave të gjyqtarit përmes postimeve të tij ose saj, si edhe pasojat që vijnë si rrjedhim i ndërveprimit të gjyqësorit me palët e treta. Sjellja e gjyqtarëve në mediat sociale është e dukshme për publikun, dhe për këtë arsye aktivitetet e tyre në internet mund të dëmtojnë besimin e publikut në pushtetin gjyqësor. Qëndrimet e shfaqura në mediat sociale gjithashtu mund të ngrenë pyetje në lidhje me paanshmërinë dhe drejtësinë e gjykimit të një procesi gjyqësor nga gjyqtari.

Nga ana tjetër, media sociale është një mjet efikas për edukimin publik, pjesërisht sepse prek një pjesë të publikut që përndryshe nuk do të mund të ndërvepronte me gjyqësorin. Përdorimi i mediave sociale gjithashtu mund të përmirësojë perceptimin dhe kuptimin e

drejtë nga publiku të institucionit të gjykatave dhe punonjësve gjyqësorë. Në ditët e sotme, mediat sociale janë një pjesë kryesore e jetës moderne. Një udhëzim i përgjithshëm për gjyqtarët që thjesht „të qëndrojnë larg mediave sociale“ nuk është një këshillë realisht e zbatueshme në kohën në të cilën jetojmë. Prandaj, ne ofrojmë një sërë rekomandimesh bazë që gjyqtarët mund të ndjekin në mënyrë që të lundrojnë online dhe të përdorin mediat sociale në mënyrë të përshtatshme.

Ky dokument është i rëndësishëm për gjyqtarët që janë aktivë në mediat sociale, si dhe ata që janë përgjegjës për përcaktimin e standardeve kombëtare për sjelljen e gjyqëtarëve, duke përfshirë: anëtarët e këshillave gjyqësorë, kryetarët e gjykatave, zyrtarët nga shoqatat gjyqësore si edhe çdo anëtar tjetër të gjyqësorit që ka për detyrë të rregullojë përdorimin e mediave sociale nga gjyqtarët.

Është e rëndësishme të theksohet se këto Udhëzime përqendrohen në përdorimin e mediave sociale nga gjyqtarët individualë dhe nuk merren posaçërisht me përdorimin e mediave sociale nga gjykatat, ministritë ose sistemet gjyqësore kombëtare. Edhe pse këto Udhëzime japin informacione të rëndësishme për ata që vendosin politika për të drejtën e informimit në lidhje me sistemet gjyqësore, një qasje institucionale ndaj përdorimit të mediave sociale nga gjykatat dhe ministritë do të duhej të ishte domosdoshmërisht ndryshe, në mënyrë që të pasqyronte nevojat dhe qëllimet e edukimit dhe informimit të publikut mbi atë se si të kenë akses dhe si të përdorin në mënyrë efikase sistemet gjyqësore/e gjykatave, duke garantuar transparencë dhe besim publik në këto institucione dhe duke siguruar lajme për ngjarje të rëndësishme.

Gjatë hartimit të këtij dokumenti, Instituti CEELI dhe gjyqtarët e Rrjetit iu referuan një game të gjerë materialesh dhe burimesh informacioni, përfshirë këtu edhe politikën e mediave sociale dhe rekomandime nga organizatat ndërkombëtare. Lista e referencave mund të gjendet në fund të këtij dokumenti. Së fundi, ne duam të theksojmë se këto Udhëzime janë hartuar vetëm si parime udhëzuese dhe nuk janë „praktikat më të mira“ në lidhje me përdorimin e mediave sociale nga gjyqtarët. Platformat e mediave sociale po ndryshojnë vazhdimisht, kështu që „praktikat më të mira“ do të vazhdojnë të zhvillohen me shpejtësi, së bashku me zhvillimet e ardhshme të këtyre platformave. Para se të fillojmë me një grup rekomandimesh praktike, është e rëndësishme të theksohet se sjellja e një gjyqtari në mediat sociale duhet të jetë gjithmonë në përputhje me Parimet Bangalore për Sjelljen Gjyqësore dhe standardet e tjera ekzistuese ndërkombëtare, si dhe kodet unike kombëtare të etikës gjyqësore. Gjithashtu është përgjegjësi e sistemeve gjyqësore në nivel kombëtar të sigurojnë rregulla të qarta për t'u ndjekur, në rast kur një gjyqtar nuk i plotëson standardet e kërkuara etike.

Christopher Lehmann
Drejtor Ekzekutiv, Instituti CEELI

¹ PARIMET BANGALORE PËR SJELLJEN GJYQËSORE, (The Bangalore Draft Code of Judicial Conduct 2001 adopted by the Judicial Group on Strengthening Judicial Integrity, as revised at the Round Table Meeting of Chief Justices held at the Peace Palace, The Hague, November 25-26, 2002 https://www.unodc.org/pdf/crime/corruption/judicial_group/Bangalore_principles.pdf).

PËRMBLEDHJA E REKOMANDIMEVE

1. Përfaqësoni Mirë Sistemin Gjyqësor në TË GJITHA informacionet në Mediat Sociale

Shprehuni gjithmonë në mënyrë profesionale dhe jini të vetëdijshëm për rolin tuaj si gjyqtar, edhe nëse postoni në një kontekst personal. Çdokush që ka një karrierë në sistemin gjyqësor duhet të jetë i kujdesshëm në lidhje me atë çfarë shkruan dhe çfarë publikon në internet, qoftë përmes postës elektronike, mesazheve ose postimeve në mediat sociale, pasi informacioni digjital është lehtësisht i arritshëm nga të gjithë dhe mund të ndikojë në punën e tyre në një sërë mënyrash.

2. Mos Komentoni Asnjëherë mbi Çështjet në Gjykim

Në përputhje me Parimet Bangalore, komentet në lidhje me vendimet gjyqësore ose çështjet në gjykim përbëjnë një çështje veçanërisht delikate, sepse ato mund të ngrenë dyshime për paanshmërinë dhe objektivitetin e gjyqtarëve dhe sistemit gjyqësor.

3. Mos Përdorni Mediat Sociale për të Hetuar Palët

Gjyqtarët duhet të shqyrtojnë vetëm provat e paraqitura nga palët si dhe çdo fakt të njohur botërisht ose zyrtarisht. Gjyqtarët nuk duhet të hetojnë faktet e çështjes në mënyrë të pavarur, duke përdorur mjete të ndryshme nga ato të parashikuara nga ligji.

4. Mendoni Mirë se kë Shtoni si “Shok” dhe Çfarë apo Kujt i jepni “Pëlqimin” tuaj

Kur e deklarojnë veten “Shok” me dikë në mediat sociale ose pëlqejnë postime të caktuara, anëtarët e sistemit gjyqësor duhet të kujdesen që të mos komprometojnë paanshmërinë e tyre. Ndërveprimi në mediat sociale mund të krijojë perceptimin e njëanshmërisë edhe atëherë kur nuk ekziston.

5. Shmangni Komentet me Natyrë Politike dhe Tregtare

Gjyqtarët duhet të qëndrojnë jashtë debateve politike dhe të mos shfaqin publikisht pikëpamjet e tyre politike.

6. Rregulloni dhe Monitoroni Vizibilitetin tuaj në Internet

Rishikoni në mënyrë të rregullt praninë tuaj në mediat sociale dhe rregulloni parametrat tuaja të privatësisë, nëse është e nevojshme.

7. Mbroni të Dhënat Tuaja Personale

Mendohuni dy herë para se të bëni të ditur çfarëdo informacioni personal. Nëse ju do të postoni informacione personale në Facebook apo ndonjë rrjet tjetër social, gjatat janë që ju nuk do të jeni në gjendje t’i mbani ato informacione private. Të dhëna të tilla personale janë të përhershme dhe mund të ri-gjenden, qarkullohen ose shtypen edhe vite pas dërgimit apo postimit në internet.

8. Edukoni Familjen dhe Miqtë Tuaj

Bisedoni me familjen dhe miqtë tuaj për t'u siguruar që ata e kuptojnë natyrën delikate të punës që ju kryeni në sistemin gjyqësor dhe pasojat e mundshme të veprimeve të tyre në Internet, veçanërisht nëse ata zbulojnë informacione personale ose fotografi që mund të lidhen me profilin tuaj.

9. Përdorimi i Mediave Sociale për të Edukuar Publikun

Platformat e mediave sociale mund të përdoren si një mjet pozitiv për të angazhuar dhe edukuar publikun, për të promovuar transparencën, për të mbrojtur, për të shpjeguar rëndësinë e detyrave gjyqësore si edhe për të siguruar informacion në lidhje me aktivitetet e institucioneve gjyqësore. Aktualisht, janë të shumtë gjyqtarët në Evropën Qëndrore dhe Lindore apo edhe më gjerë, që i kanë përdorur me sukses mediat sociale për këtë qëllim.

10. Vazhdoni të Edukoni Vetën lidhur me Mediat Sociale

Mediat sociale janë këtu për të qëndruar dhe trajnimi gjyqësor si dhe edukimi i vazhdueshëm mbi përdorimin e mediave sociale, është shumë i rëndësishëm. Ndër të tjera, gjyqtarët duhet të njohin mirë funksionimin e mediave sociale, pasi problemet lidhur me përdorimin e tyre do të bëhen gjithnjë e më të rëndësishme për çështjet gjyqësore para tyre.

REKOMANDIMET PËR PËRDORIMIN E MEDIAVE SOCIALE NGA GJYQTARËT

1. Përfaqësoni Mirë Sistemin Gjyqësor në TË GJITHA Informacionet në Mediat Sociale

Zhdukja e vijës ndarëse midis jetës publike dhe asaj private është një nga karakteristikat e ndërveprimit në mediat sociale. Shoqërimi joformal me familjen dhe miqtë është bërë pjesë e sferës publike, veçanërisht kur fotot dhe komentet postohen në internet. Ndryshe nga mesazhet me postë elektronike të cilat shkëmbehen ndërmjet dy njerëzve, kontrolli i komunikimeve në mjediset e rrjeteve sociale është shumë më i vështirë, sepse këto komunikime janë më publike. Çdokush me një karrierë në sistemin gjyqësor duhet të jetë i kujdesshëm në lidhje me atë çfarë shkruan dhe atë çfarë publikon në internet, qoftë përmes postës elektronike, qoftë nëpërmjet mesazheve ose postimeve në mediat sociale, pasi informacioni digjital është lehtësisht i arritshëm nga të gjithë dhe mund të ndikojë në punën e tyre në një sërë mënyrash.

- Gjyqtarët duhet të përcaktojnë se në çfarë cilësie do të shfaqen në mediat sociale, ose cilit rol do t'i shërbejnë në mediat sociale, atij profesional apo atij personal.
 - Dëshironi të krijoni një rrjet profesional dhe të jepni mendimet tuaja si ekspert? Disa gjyqtarë kanë arritur ta bëjnë këtë me sukses, ndërsa të tjerë kanë dështuar keq.
 - Doni të zbuloni funksionin gjyqësor që kryeni? Në këtë rast, a ka ndonjë udhëzim nga institucioni juaj lidhur me mënyrën se si ju duhet të përfaqësoni rolin tuaj profesional?
 - Doni t'i përdorni mediat sociale në mënyrë strikt jo-profesionale, për të qëndruar në kontakt me familjen dhe miqtë në një mënyrë personale?
 - Apo, thjesht doni të merrni pjesë në mënyrë pasive në rrjetin social, si një vëzhgues i cili nuk poston asgjë (përfshirë këtu edhe komentet mbi postimet e anëtarëve të tjerë të atij rrjeti)?
- Vendosni se si do ta paraqisni veten në profilin tuaj. Kjo nuk ka të bëjë vetëm me përshtypjen që ju do të lini, por edhe me pasojat e mundshme të aktiviteteve tuaja, ndikimi i të cilave mund të ndihet në shumë fusha të ndryshme.
 - A do të paraqiteni me emrin tuaj të vërtetë apo me pseudonim? Kini parasysh që disa rrjete sociale nuk lejojnë pseudonimet dhe përdorimi i tyre përbën shkelje të kushteve të përdorimit (Për shembull, Facebook kërkon që përdoruesit të krijojnë një llogari duke përdorur emrin e tyre të vërtetë). Gjithashtu, reputacioni juaj mund të dëmtohet nëse pseudonimi juaj zbulohet më vonë.

- A do të përdorni një foto tuajën apo një foto luleje, kafshe, apo një karikaturë? Bëni kujdes se çfarë zgjidhni. Nga njëra anë, një foto personale ju bën të cënueshëm, për shkak të lehtësisë për t'ju identifikuar. Nga ana tjetër, kemi rastin e një gjyqtari kroat i cili përdori një personazh të animuar si foto profili në Facebook, dhe avokati përfaqësues i njëres prej palëve në një çështje penale, kërkoi përjashtimin e gjyqtarit sepse ju duk e papërshtatshme fotoja e profilit të tij.
- Ruani një komunikim profesional. Bëheni të qartë se mendimet personale të publikuara nga ju, nuk pasqyrojnë pikëpamjet e institucionit në të cilin punoni dhe nuk lidhen në asnjë mënyrë me rastet në të cilat jeni të angazhuar. Sidoqoftë, edhe një formulim mohues i këtij lloji, nuk ju garanton se deklaratat tuaja nuk do të perceptohen si një pasqyrim i pozicionit tuaj zyrtar. Nëse vendosni fjalët „gjyqtar“ ose „prokuror“ para emrit tuaj, është e thjeshtë të supozohet se postimet tuaja do të konsiderohen si opinionit juaj zyrtar dhe opinionit i institucionit në të cilin punoni.
- Nëse postimet tuaja i kushtohen rritjes së ndërgjegjësimit rreth çështjeve të caktuara ligjore, vendosni nëse do të përdorni të njëjtat kanale komunikimi për postimet private, përfshirë këtu edhe komentet ose pamjet në lidhje me sportin, ngjarjet artistike, politikën, tendencat shoqërore dhe ngjarjet familjare. Përzierja e anës profesionale me atë personale mund të krijojë paqartësi të ndjekësit tuaj, por në të njëjtën kohë mund edhe të ndihmojë në formësimin e imazhit tuaj si një „person i vërtetë“ dhe jo një simbol i largët i sistemit të drejtësisë, në dukje i paprekshëm për anëtarët e tjerë të shoqërisë në të cilën ju jetoni.
- Shmangni bërjen e postimeve private gjatë orarit të punës, pasi secili postim përfshin edhe orën kur është publikuar. Përdorimi i mediave sociale gjatë orarit të punës, e lë gjykatësin të hapur ndaj kritikave.
- Sjellja që konsiderohet e papërshtatshme dhe që nuk do të tolerohej ose rekomandohej në situata dhe ndërveprime në botën reale, gjithashtu nuk rekomandohet në botën virtuale, qoftë edhe nëpërmjet komunikimeve më private përmes Facebook Messenger ose kanaleve të tjera që lejojnë dërgimin e mesazheve direkte. Të gjitha komunikimet digjitale fiksohen dhe dokumentohen lehtë, sa i përket shpërndarjes së tyre.
- Gjyqtarët duhet të shmangin çdo vulgaritet të papërshtatshëm ose të pahijshëm, shprehje satirike, sarkazëm ose kritikë ironike, të cilat mund të çojnë në shkatërrimin e integritetit të gjyqtarit. Siç përmendet edhe në Rekomandimin e Unionit Çek të Gjyqtarëve (bashkangjitur në Shtojcën II), postimet e një gjyqtari në mediat sociale duhet të jenë në përputhje me dinjitetin e funksionit të gjyqtarit dhe nuk duhet të bëhen shkak për kritika lidhur me paanësinë dhe

² Ksenija Renko, Communication Expert, Jupiter Strategic Communication, Remarks at the Launch of the Global Judicial Integrity Network, Vienna, April 2018

pavarësinë e gjyqtarit. Një perceptim negativ ka potencialin të dëmtojë jo vetëm një gjyqtar, por edhe të gjithë komunitetin e gjyqtarëve.

- Fotografitë dhe komentet në Facebook ose në media të tjera sociale, duke përfshirë këtu edhe aplikacionet për takime romantike, duhet të jenë modeste dhe të përmbajtura. Një standard i sigurt për tu zbatuar në këto raste, është të publikoni vetëm ato postime, opinione ose fotografi që do të ishin të përshtatshme për kopertinën e një gazete me emër të mirë ose për t'u transmetuar në oraret më të ndjekura në televizionin kombëtar!²

2. Mos Komentoni Asnjëherë mbi Çështjet në Gjykim

Parimi Bangalor i mëposhtëm zbatohet për çdo formë komunikimi, përfshirë mediat sociale: “Një gjyqtar nuk duhet me vetëdije, ndërsa një çështje është apo mund të vijë në gjykim para tij, të bëjë komente që në mënyrë të arsyeshme mund të pritet të ndikojnë në rezultatin e çështjes ose të dëmtojnë dukjen e gjykimit të drejtë të procesit gjyqësor. Gjithashtu, gjykatësi nuk duhet të bëjë asnjë koment në publik ose forume të tjera, që mund të ndikojë në gjykimin e drejtë të ndonjë personi ose çështjeje.”³

- Komentet në lidhje me vendimet gjyqësore ose rastet në vazhdim janë veçanërisht delikate, sepse ato mund të ngrenë dyshime për paanësinë dhe objektivitetin e gjyqtarëve dhe sistemit gjyqësor.
- Nëse jeni duke bërë një fotografi për ta postuar në mediat sociale, kini parasysh se kamerat moderne kapin shumë më tepër detaje sesa është e dukshme me sy të lirë në telefonin tuaj celular. Shumica e rrjeteve sociale lejojnë shkarkimin e çdo fotografie të ngarkuar në to, duke e bërë kështu të lehtë zmadhimin dhe shikimin e detajeve në foto, përfshirë këtu edhe dokumentat mbi tryezën tuaj, emrat nga skedarët privatë në zyrën tuaj dhe shenja të tjera identifikuese. Edhe nëse ju nuk keni për qëllim të zbuloni informacione konfidenciale rreth një çështjeje, ekziston mundësia që ta bëni këtë përmes një fotografie të postuar.

3. Mos Përdorni Mediat Sociale për të Hetuar Palët

Gjyqtarët nuk duhet të hetojnë faktet e çështjes në mënyrë të pavarur, duke përdorur mjete të ndryshme nga ato të parashikuara me ligj. Ky rregull zbatohet për informacionin e disponueshëm në të gjitha llojet e mjeteve, përfshirë këtu edhe ato elektronike.

- Gjyqtarët duhet të shqyrtojnë vetëm provat e paraqitura nga palët si dhe faktet e njohura botërisht ose zyrtarisht.
- Gjyqtarët nuk duhet të kërkojnë në mediat sociale, informacione shtesë në lidhje me palët ndërgjyqëse ose avokatët e përfshirë në çështjet e tyre.

³ THE BANGALORE PRINCIPLES OF JUDICIAL CONDUCT, shih fn. 1..

- Kini parasysh se disa platforma të mediave sociale, të tilla si LinkedIn, lejojnë përdoruesin të shohë se kush e ka parë profilin e tij. Mos supozoni se përdorimi i mediave sociale nga ana juaj është anonim.
- Nëse dikush ju dërgon një mesazh privat përmes mediave sociale ose në adresën zyrtare të postës suaj elektronike, veçanërisht nëse ju jeni caktuar aktualisht për të gjykuar çështjen e saj/tij, ju duhet të paralajmëroni dërguesin se një komunikim i tillë nuk lejohet. Gjithashtu, ju duhet të njoftoni menjëherë autoritetet përkatëse që ka ndodhur një komunikim ex-parte. Këshillohet që të bashkëngjiti dokumentacionin e duhur dhe të mos komunikoni më tej me personin. Kjo do të mbrojë integritetin tuaj dhe reputacionin e institucionit gjyqësor.

4. Mendoni Mirë se kë Shtoni si “Shok” dhe Çfarë apo Kujt i jepni “Pëlqimin” tuaj

Disa komunikime në mediat sociale mund të krijojnë një marrëdhënie të padëshiruar midis përfaqësuesit të sistemit gjyqësor dhe një pale të tretë. Debati është ende i hapur lidhur me atë nëse gjyqtarët duhet të jenë „shokë“ me avokatët, prokurorët apo përfaqësuesit e palëve. Pranimi dhe shpallja e dikujt “shok” në mediat sociale, nuk do të thotë që gjyqtari e ka takuar personin në jetën reale, apo se ka ndonjë marrëdhënie më të ngushtë midis tyre. Megjithatë, anëtarët e gjyqësorit duhet të tregojnë kujdes që të mos kompromentojnë paanshmërinë e tyre, dhe ndërveprimi në mediat sociale mund të krijojë perceptimin e njëanshmërisë, edhe nëse nuk ekziston në të vërtetë.

- Në përgjithësi, gjyqtarët duhet të jenë të kujdesshëm dhe të përzgjedhin mirë „shokët“ në Facebook. Në shumicën e rasteve, gjyqtarët nuk duhet të miqësohen me avokatët, oficerët e policisë ose palët e tjera që paraqiten rregullisht para gjyqtarit në gjykatë. Thënë kjo, situata kur një gjyqtar ka „shokë“ në Facebook, është më pak shqetësuese, përse kohë gjyqtari nuk e lejon një „shok“ të tillë të ushtrijë ndonjë ndikim të veçantë.⁴ Nëse ekziston një miqësi në media sociale me dikë që më vonë përfshihet në një çështje gjyqësore, rekomandohet që ky informacion të deklarohet zyrtarisht.
- Jini veçanërisht të kujdesshëm në lidhje me „pëlqimin“ ose „ndjekjen“ e një grupi politik, grupi fetar, media ose faqe të tjera në Facebook që mund të dëmtojnë mendimin e publikut për pavarësinë tuaj. Organizatat, institucionet dhe njerëzit që ju pëlqeni dhe ndiqni në mediat sociale, janë publikisht të dukshme.
- Në të gjitha rrethanat, shmangni pëlqimin ose ndjekjen e faqeve të papërshtatshme që promovojnë racizmin, urrejtjen, homofobinë, fanatizmin, intolerancën ose paragjykimet e çdo lloji.

⁴ Opinion i Bordit Këshillues mbi Etikën Gjyqësore në Karolinën e Jugut, Kentucky dhe Ohio.

5. Shmangni Komentet me Natyrë Politike dhe Tregtare

Një gjyqtar duhet të jetë gjithmonë i kujdesshëm që komentet e bëra në mediat sociale ose diku tjetër, përfshirë këtu edhe ato të bëra në fjalime publike, të mos rrezikojnë dinjitetin e funksionit të gjyqtarit. Nëse reputacioni i saj/tij vihet në dyshim, besimi i publikut në sistemin e drejtësisë, si edhe paanësia e pavarësia e tyre personale, dëmtohet.

- Si rregull i përgjithshëm, një gjyqtar nuk duhet të shfaqë publikisht pikëpamjet e tij politike në asnjë platformë të mediave sociale, përveç atyre mbi çështje që lidhen me drejtësinë. Ekziston rreziku dhe mundësia e dyshimeve lidhur me njëanshmërinë e gjyqtarit, veçanërisht nëse ai/ajo do të duhej të vendoste për një çështje që lidhet me një parti, lëvizje ose çështje politike.
- Gjithashtu, është e këshillueshme që të mos përfshihen në debate politike. Nëse një gjyqtar shkëmben opinione politike në platformat e mediave sociale, qoftë edhe si palë e paanshme, objektiviteti i tyre vihet në pikëpyetje për shkak të këtyre bisedave, dhe kjo më pas diskrediton në mënyrë të drejtpërdrejtë dhe jo të drejtpërdrejtë, objektivitetin e të gjithë sistemit të drejtësisë.⁵

6. Rregulloni dhe Monitoroni Vizibilitetin tuaj në Internet

Çdo rrjet social ka politikën e vet lidhur me vlerësimin e përmbajtjes apo informacionit të publikuar, dhe është e nevojshme të jeni të vetëdijshëm për këto politika, si dhe ato të shërbimeve të tjera të internetit, të tilla si një blog ose email, para se t'i përdorni ato.

- Sa herë që ju postoni diçka në internet, është mirë të supozoni se kushdo mund ta shohë atë, sepse ju nuk mund ta dini nëse të tjerët e kanë ndarë tashmë postimin tuaj me miqtë e tyre, brenda ose jashtë rrjetit. Kur dhe në çfarë konteksti mund të ripostohet postimi juaj diku tjetër në internet, është plotësisht jashtë kontrollit tuaj. Kur fshini një postim, ai mund të mos jetë më i dukshëm për ju ose miqtë tuaj brenda një rrjeti social, por është më mirë të supozoni se ai ekziston diku tjetër në internet ose ende mund të shfaqet si pjesë e rezultateve të një kërkimi në internet.
- Në Facebook, të gjitha postimet janë të kufizuara për anëtarët e rrjetit dhe ju keni mundësinë të përcaktoni nivelin e publicitetit të postimeve tuaja: publike, vetëm për shokë, vetëm shokë me disa përjashtime, ose drejtuar një personi. Nëse postimet tuaja në Facebook ishin fillimisht „publike“ ose të disponueshme për të gjithë anëtarët e rrjetit, dhe më vonë ju vendosni të ndryshoni statusin e mesazheve tuaja në „private“, ky ndryshim do të zbatohet vetëm përpostimet tuaja duke filluar nga ai moment. Postimet dhe komentet tuaja të mëparshme do të vazhdojnë të jenë të disponueshme për të gjithë në rrjet. Ju lutemi gjithashtu të keni parasysh se rregullat e Facebook-ut mbi përmbajtjen dhe

⁵ Unioni Cek i Gjyqtarëve, Kufijtë Etikë mbi aktivitetet e një gjyqtari në rrjetet sociale, 2017.

parametrat e privatësisë mund të ndryshojnë në çdo kohë. E njëjta gjë vlen edhe për çdo platformë tjetër.

- Në Twitter, të gjitha mesazhet janë të dispozicion të publikut edhe nëse ata persona nuk janë anëtarë të atij rrjeti, dhe një postim mund të kopjohet dhe ndahet me email ose mjete të tjera, pa dijeninë e personit që e ka shkruar postimin në fjalë. Ju mund të fshini një postim, por nuk ka asnjë garanci që dikush nuk e ka ruajtur ose fiksuar imazhin (screenshot) e atij postimi.
- Është shumë e këshillueshme që ju të kërkonti rregullisht emrin tuaj duke përdorur faqet kryesore të kërkimit në internet. Ndërsa kryeni kërkimin, ju do të jeni në gjendje të gjeni në internet postime, artikuj dhe imazhe që lidhen me emrin tuaj. Gjithashtu, ju do të mund të shihni nëse keni postuar diçka që është ende e dukshme, ose nëse dikush tjetër ju ka përmendur në një temë diskutimi.
- Herë pas here, ju gjithashtu duhet të kërkonti në platforma të ndryshme për të parë nëse keni ndonjë profil të rremë. Nëse dikush po ju imiton ose poston informacione të pasakta për ju, ju duhet t'i raportoni këto profile tek kontakti i duhur në ofruesin e mediave sociale ku shfaqet profili.
- Nëse ju përdorni pseudonime për të mos u identifikuar, duhet të keni parasysh se nuk ka asnjë garanci që ju do të mbeten anonim. Në lidhje me këtë çështje, kemi rastin e një gjykatëseje greke e cila dyshohet se publikoi një koment racist në blogun e saj, duke përdorur një pseudonim, por identiteti i saj i vërtetë u zbulua shpejt.

7. Mbroni të Dhënat Tuaja Personale

Nëse ju do të postoni informacione personale në Facebook apo ndonjë rrjet tjetër social, gjasat janë që ju nuk do të jeni në gjendje t'i mbani ato informacione private. Të dhëna të tilla personale kanë një prani të përhershme dhe mund të gjenden, qarkullohen ose shtypen edhe vite pas dërgimit ose postimit të tyre në internet.

- Hapja e një profili në një rrjet social përfshin plotësimin e informacioneve kryesore për veten, kryesisht emrin dhe adresën tuaj të postës elektronike. Çdo mjet i mediave sociale ka rregullat e veta për informacionin e kërkuar, informacioni i cili mund të përfshijë të dhëna biografike, gjininë, moshën dhe të dhëna të tjera identifikuese. Shumica e tyre gjithashtu lejojnë shtimin e të dhënave personale dhe profesionale, sipas dëshirës.
- Mendohuni mirë para se të zbuloni ndonjë informacion personal, përfshirë këtu adresën tuaj të shtëpisë, fotografitë e familjes ose informacione në lidhje me shkollën që ndjekin fëmijët tuaj.
- Për të krijuar një adresë të postës elektronike ose llogari në mediat sociale, në çdo lloj rrjeti social, ju duhet të zgjidhni emrin e përdoruesit dhe fjalëkalimin.

Cilësia e fjalëkalimit të zgjedhur është vendimtare në ruajtjen e tërësisë së komunikimit tuaj. Kur zgjidhni një fjalëkalim, shmangni fjalët e zakonshme, numrat karakteristikë si viti ose data e lindjes, kodin postar ose numrin e telefonit. Mos përdorni asnjëherë të njëjtat fjalëkalime për të hyrë në shërbime të ndryshme të internetit. Përdorimi i të njëjtit fjalëkalim, nëse ky fjalëkalim është lehtësisht i zbulueshëm në njërën prej llogarive, ndihmon sulmuesit të abuzojnë më lehtë me të gjithë shërbimet tuaja të internetit. Gjithashtu, shmangni shënimin e fjalëkalimeve tuaja, veçanërisht në letra ngjitesë që ju i vendosni në vende të dukshme. Meqenëse mbajtja mend e një numri të madh fjalëkalimesh të ndryshme nuk është e lehtë, mund të mbani parasysh shembujt e mëposhtëm:

- Përdorni fillimin e vargut të një kënge, proverbi ose poezie që e dini përmendësh.
 - Shtoni një term që do të mund ta mbani mend lehtë dhe që nuk ka lidhje me asgjë tjetër, dicka plotësisht jashtë kontekstit.
 - Kombinoni shkronjat e mëdha dhe të vogla të shtypit.
 - Shtoni numra.
 - Shtoni karaktere speciale (# & / \$ %).
- Nëse ekziston mundësia, merrni parasysh përdorimin e verifikimit me dy faktorë (i quajtur edhe 2FA, ose „autentifikim me dy faktorë“). Sot shumica e shërbimeve në rrjetet sociale e përdorin atë për të garantuar akses të sigurve për përdoruesit e llogarive. Përveç përdorimit të fjalëkalimit tuaj, ju mund të përdorni një kod shtesë (numër ose kombinim numrash dhe shkronjash). Metoda më e zakonshme është dërgimi i një kodi përmes SMS, në telefonin tuaj celular. Nëse përdorni 2FA të bazuar në SMS, mbrojeni gjithmonë kartën tuaj SIM me një kod pin. Kini parasysh se meqenëse telefonat dhe veçanërisht kartat SIM janë gjithnjë e më shumë objekt sulmi, rekomandohet të zgjidhni një mënyrë tjetër për të gjeneruar një kod të dytë për verifikim shtesë të identitetit tuaj.
 - Shmangni përdorimin e pajisjeve publike, të tilla si një kompjuter, në terminalin e aeroportit ose zonën e recepsionit të hotelit. Nëse duhet t'i përdorni këto pajisje me cdo kusht, gjithmonë sigurohuni që të dilni nga llogaria juaj pasi përdorni shërbimet e internetit. Edhe në rastet kur përdorni pajisjet tuaja, përfshirë laptopin ose telefonin tuaj celular, është një ide e mirë të dilni nga llogaritë tuaja dhe të mbyllni faqen e kërkimit në internet. Zgjidhja më e mirë është shmangia e përdorimit të pajisjeve që nuk mund t'i kontrolloni, veçanërisht për të hyrë në ndonjë nga adresat tuaja të postës elektronike, të biznesit si edhe në llogaritë bankare ose të mediave sociale.
 - Adresat zyrtare të postës elektronike duhet të përdoren ekskluzivisht për korrespondencë zyrtare dhe për qëllime biznesi. Për komunikim privat me familjen dhe miqtë, dhe për çështje personale, duhet të përdoret një adresë private e postës elektronike.

- Edhe pse një numër gjithnjë e më i madh i mesazheve të postës elektronike transferohen midis serverëve në një gjendje të koduar, ju duhet ta merrni gjithmonë si të mirëqenë se përmbajtja e mesazhit tuaj të postës elektronike është i aksesueshëm nga të tjerët. Kjo është veçanërisht e vërtetë përta përket mesazheve të dërguar në llogaritë e postës elektronike zyrtare ose të punës.

8. Edukoni Familjen dhe Miqtë Tuaj

Gjyqtarët duhet të jenë të vetëdijshëm se edhe kur ata vetë nuk janë të pranishëm në mediat sociale, anëtarët e familjes ose miqtë e tyre mund të ndajnë fotografi ose informacione që lidhen me ta, të cilat mund të keqpërdoren ose manipulohen në përpjekje për të ndikuar te një gjyqtar.

- Anëtarët e familjes dhe miqtë tuaj duhet të respektojnë kufijtë dhe të shmangin dëmtimin, përmes llogarive të tyre në mediat sociale dhe prisë së tyre në internet, të paanësisë, integritetit ose dinjitetit tuaj si gjyqtar.
- Flisni me ta për t'ju siguruar që ata e kuptojnë natyrën delikate të punës gjyqësore që ju kryeni dhe pasojat e mundshme të veprimeve të tyre në internet.
- Kërkojuni atyre që të mos zbulojnë asnjë informacion personal si adresa, fotot e pushimeve ose ndonjë informacion tjetër që mund të keqpërdoret.

9. Përdorimi i Mediave Sociale për të Edukuar Publikun

Deri më tani ne kemi diskutuar vetëm rekomandimet mbi atë se çfarë nuk duhet të bëjmë në mediat sociale. Sidoqoftë, ka shumë përfitime nga përdorimi i këtyre mjeteve dhe krijimi i një pranie në internet, veçanërisht për gjyqtarët.

- Platformat e mediave sociale mund të përdoren si një mjet pozitiv për të angazhuar dhe edukuar publikun, për të promovuar transparencën, për të mbrojtur e shpjeguar rëndësinë e detyrave gjyqësore si edhe për të siguruar informacion në lidhje me aktivitetet e institucioneve gjyqësore. Në këtë kuadër, janë të shumtë gjyqtarët në Evropën Qëndrore dhe Lindore apo edhe më gjerë, që i kanë përdorur me sukses mediat sociale për këtë qëllim.
- Megjithatë, nëse ju përdorni mediat sociale si një mjet edukativ, jini të vetëdijshëm se ekziston mundësia që trollët (shih Shtojcën për një përkufizim të kësaj fjale) të tallen me gjithçka që ju thoni ose bëni. Reagimi ndaj komenteve të një trolli në internet rrallë sjell përfitime dhe zakonisht përfundon me degradimin e diskutimit.⁶ Mënyra më e mirë për të trajtuar trollët, do të ishte injorimi i tyre

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

ose vendosja e kufijve tuaj personal lidhur me llojet e komenteve që do të pranoni ose lejoni në platformat e mediave sociale që përdorni.⁷

- Platformat e mediave sociale mund të përdoren edhe për grupe ose shoqata, në vend të individëve. Për shembull, një Shoqatë Gjyqësore mund të zgjedhë të krijojë një faqe të kuar në mediat sociale.

10. Vazhdoni të Edukoni Vetën për Mediat Sociale

Mediat sociale janë këtu për të qëndruar dhe do të vazhdojnë të luajnë një rol të rëndësishëm në shoqëri, politikë dhe ekonomi. Gjyqtarët duhet të mbajnë ritmin e zhvillimeve të teknologjisë moderne, të edukojnë veten lidhur me funksionet e kësaj të fundit, dhe të kuptojnë kontekstin në të cilin lindin disa mosmarrëveshje teknologjike. Kini parasysh se platformat dhe rregullat për përdorimin e tyre do të vazhdojnë të ndryshojnë shpesh.

- Trajnimi gjyqësor dhe edukimi i vazhdueshëm mbi përdorimin e mediave sociale është shumë i rëndësishëm. Ndër të tjera, gjyqtarët duhet të njohin mirë funksionimin e mediave sociale pasi çështjet që lidhen me përdorimin e tyre do të jenë gjithnjë e më të rëndësishme për çështjet gjyqësore para tyre. Njohja e thellë dhe e plotë e mjedisit të gjyqtarëve, përfshirë ndërveprimin midis teknologjisë, mediave sociale dhe ligjit, do të rrisë besimin e publikut, duke legjitimuar kështu institucionet dhe praktikat gjyqësore në sytë e publikut.
- Rregullat do të vazhdojnë të zhvillohen me kalimin e kohës. Veproni gjithmonë me kujdes dhe përpuni t'u përmbaheni kodeve të sjelljes dhe rregulloreve kombëtare dhe ndërkombëtare, siç janë Parimet Bangalore.

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

KËSHILLA TË SHPEJTA PËR MENAXHIMIN E VEPRIMTARIVE TUAJA NË INTERNET

Nëse ju jeni gjyqtar ose zyrtar në sistemin gjyqësor, rekomandimet për përdorimin e teknologjive të reja të komunikimit janë shumë më të rëndësishme për tu ndjekur nga ju, sesa nga përdoruesi mesatar i tyre. Ne shpresojmë që respektimi i këtyre rekomandimeve, do t'ju lejojë shmangien e disa prej gabimeve më të zakonshme lidhur me përdorimin e këtyre teknologjive.

Interneti siguron një mjedis dhe hapësirë për produktivitet më të madh profesional, përmirësim të dukshmërisë/vizibilitetit, shtrirjes dhe një angazhim më të gjerë në të gjithë botën. Megjithatë, aktivitetet tuaja në internet, nuk janë vetëm një mjet teknik për komunikimin brenda sektorit profesional ose privat, por edhe një pasqyrim i tërësisë së personalitetit dhe opinioneve tuaja. Është e nevojshme të kuptohen specifikat e këtij mjedisi, në mënyrë që t'i përfshini ato në një kuadër efikas brenda sistemit të rregullave ekzistuese të sjelljes dhe etikës. Ky integrim garanton sigurinë tuaj në internet dhe jashtë në botën reale.

Kur ju duhet të merrni një vendim mbi atë se cilin shërbim interneti do të përdorni, ndiqni rekomandimet e mëposhtme:

- ▶ Zgjidhni ofruesin tuaj të shërbimit të internetit me mençuri, duke pasur parasysh qëllimin e aktiviteteve tuaja. A janë këto qëllime profesionale, private, apo të dyja?
- ▶ Mbani mend që informacioni që shtoni (që nga të dhënat alfanumerike, te fotografitë dhe videoklipet) nga pajisja juaj nuk është i disponueshëm vetëm në atë pajisje specifike, por është i disponueshëm edhe për vetë operatorin, dhe mundësisht për përdoruesit e tjerë të të njëjtit shërbim.
- ▶ Fshirja e informacionit të shtuar ose ndonjë postimi tjetër, nuk do të thotë se këto të dhëna janë përgjithmonë të padisponueshme për të tjerët, apo nuk mund të gjenden ose gjurmohen nga ofruesi juaj i shërbimit të internetit, ose nga një përdorues tjetër, në formën e tyre origjinale ose të ndryshuar.
- ▶ Njihuni me karakteristikat themelore të ofruesit të shërbimit të internetit që do të përdorni dhe mbani parasysh rekomandimet e përgjithshme nga ofruesi juaj i internetit.
- ▶ Kur ju duhet të hapni një profil përdorimi (adresë në postën elektronike ose profil në rrjetet sociale):
 - Emri i profilit tuaj, nuk ka pse të jetë identik me emrin tuaj të përdoruesit. Kjo është e rëndësishme për identitetin tuaj (profesional dhe privat) në internet. Mos harroni se edhe në rastin kur përdorni pseudonime, ju duhet të respektoni gjithsesi të gjitha standardet etike që lidhen me profesionin tuaj.

- Përdorni informacion unik autentik.
 - Zgjidhni një fjalëkalim me cilësi të lartë që është i sigurt (përdorni shkronja të vogla dhe të mëdha shtypi, numra, simbole speciale), dhe i lehtë për t'u mbajtur mend.
 - Lexoni të gjitha mesazhet e dërguara nga operatori i ofruesit tuaj të shërbimit të internetit, lidhur me sigurinë, dhe konfirmojini ato vetëm pasi të jeni të sigurtë që ato janë autentike.
- ▶ Njoftoni ofruesin tuaj të shërbimit nëse shihni diçka që nuk është në përputhje me identitetin tuaj online, ose që nuk lidhet me profilin tuaj.
 - ▶ Komunikoni me kolegët në gjykatë ose njerëzit nga sfera private në të njëjtën mënyrë sic do të bënit në jetën e përditshme. Mendohuni mirë dhe analizoni anët pozitive dhe ato negative para se të dërgoni një mesazh publik ose privat.
 - ▶ Shmangni komentet mbi opinionet dhe diskutimet e pjesëmarrësve të tjerë, veçanërisht nëse vëreni se këto diskutime po e kalojnë kufirin. Përsa i përket komunikimit, sigurohuni që publiku ju sheh si një individ të respektuar.
 - ▶ Para se t'i bashkoheni një diskutimi mbi një temë që është e popullarizuar aktualisht, sigurohuni që është autentike dhe që ju zotëroni të gjitha faktet përkatëse. Kini parasysh se komentet tuaja do të jenë gjithmonë një kontribut i rëndësishëm në çdo diskutim.
 - ▶ Përsëriteni: Mendoni para se të postoni!
 - ▶ Kushtojini vëmendje të veçantë komunikimit nëpërmjet internetit me kolegët dhe klientët potencialë ose aktualë. Komunikimet në internet i nënshtrohen të njëjtave rregulla dhe rregulloreve si në botën reale. Nëse vëreni se një komunikim është i papërshtatshëm, përfundojeni atë dhe njoftoni dikë për çështjen. Për shembull, ju mund të raportoni një incident duke njoftuar rrjetin e medias sociale ose ofruesin e shërbimit për komunikimin e papërshtatshëm.
 - ▶ Kufizoni përdorimin e shërbimeve të internetit gjatë orarit të punës, në mënyrë që të shmangni një ndikim të mundshëm negativ në rendimentin e punës tuaj dhe në jetën tuaj private.
 - ▶ Qëllimi është të kontrolloni përdorimin e teknologjive të reja dhe t'i përdorni ato në mënyrën më efikase dhe pozitive të mundshme, jo të kufizoni pjesëmarrjen tuaj në komunikimet shoqërore.

SHTOJCA I

1. Historia e Mediave Sociale

Rrjetet e para të mediave sociale si AOL Chat Rooms, LiveJournal dhe MySpace u shfaqën në fund të viteve 1990. Faqet apo rrjetet e njohura sociale që janë zhvilluar që atëherë, përfshijnë: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, YouTube, Google+, WeChat, Pinterest, Snapchat, Tumblr, Viber, WhatsApp, Wikipedia, Reddit, VKontakte në Rusi, Weibo në Kinë etj. Rritja më e madhe në përdorimin e mediave sociale erdhi me futjen në përdorim të smartphone-ve, të cilët lejojnë miliarda përdorues të lidhen me internetin çdo ditë e pa asnjë problem. Që nga koha kur u zhvilluan mediat e para sociale, përdoruesit e internetit e kanë rritur vazhdimisht sasinë e kohës së kaluar në faqet e mediave sociale.

Përfitimet e pjesëmarrjes në mediat sociale shtrihen tanimë përtej ndarjes së thjeshtë shoqërore. Në ditët e sotme përdoruesit përqëndrohen në ndërtimin e reputacionit të tyre, zgjerimin e mundësive për zhvillimin e karrierës dhe biznesit, si edhe në fitimin e të ardhurave. Nga mesi i vitit 2018, popullsia globale ishte rreth 7.6 miliardë njerëz, nga të cilët 4.3 miliardë kanë akses në internet. Aktualisht, mbi 3 miliardë njerëz përdorin të paktën një rrjet social. Sot mediat sociale përbëhen nga mijëra platforma sociale. Pavarësisht faktit se disa nga këto platforma të mediave sociale janë më të njohura se të tjerat, secila prej tyre ofron diçka të ndryshme. Për shembull: Instagrami u shërben njerëzve përmes fotografisë, dhe ata që përdorin Instagramin janë zakonisht nën moshën tridhjetë e pesë vjeç. Njerëzit mbi tridhjetë e pesë vjeç kanë më shumë gjasa të përdorin Facebook për të ndarë përvojat e tyre personale dhe për t'u lidhur me njerëz nga rrethi i tyre shoqëror dhe më gjerë. Nga ana tjetër, Twitter është i përsosur për ata që dëshirojnë të komunikojnë me mesazhe të shkurtra prej 280 karakteresh ose më pak.

Vetëm Facebook ka mbi 2 miliardë përdorues. Mediat e tjera sociale synojnë përdoruesit nga vende të caktuara ose zona që kanë gjuhë të ngjajshme, me një numër shumë më të vogël përdoruesish, por një ndikim më domethënës në mjedisin (et) lokal dhe popullatën (at) të cilës i shërbejnë këto media. Për shembull, rrjeti rus VKontakte (VK) ka 477 milion përdorues nga bota rusishtfolëse, ndërsa rrjeti social më i njohur kinez, Weibo, ka mbi 500 milion përdorues. Ka me qindra rrjete të tjera sociale që lidhin përdoruesit e interesuar në tema dhe fusha të veçanta interesi. Edhe pse këto të fundit janë më pak të njohura për sa i përket numrit të përdoruesve dhe ndikimit shoqëror, edhe ato janë të dobishme dhe të rëndësishme.

2. Përkufizime

2.1 Përkufizimi i Mediave Sociale

Media sociale ka ndryshuar komunikimin individual dhe në nivel organizate. Ajo ndryshon nga komunikimet dhe mediat e shkruara (p.sh. revista dhe gazeta) ose mediat elektronike tradicionale (siç është transmetimi televiziv) në shumë mënyra. Këto ndryshime përfshijnë: cilësinë, shtrirjen, frekuencën, përdorshmërinë, efektin e menjëhershëm dhe performancën.

Mediat sociale kanë shumë burime dhe shumë marrës, ndërsa mediat tradicionale si radio ose gazeta kanë vetëm një burim transmetimi dhe shumë marrës. Ndryshimi më i madh është se ndryshe nga media tradicionale, mediat sociale i lejojnë kujtdo që të krijojë dhe të ndajë informacionin e vet nëpërmjet një postimi në blog, imazhi, videoje ose përditësimi të statusit. Ndikimi dhe shtrirja e internetit bën të mundur që një profil në mediat sociale, një blog ose një kanal në YouTube të mund të aksesohet më gjerësisht sesa informacione në mediat tradicionale në disa vende të botës.

Wikipedia i përkufizon platformat e mediave sociale si, „Teknologji interaktive, të ndërmjetësuara nga kompjuteri, që lehtësojnë krijimin dhe shkëmbimin e informacionit, ideve, interesave të karrierës dhe formave të tjera të shprehjes në komunitetet virtuale dhe shërbimet e rrjeteve sociale.“ Gjithashtu vëren se, „Përdoruesit zakonisht hyjnë në shërbimet e mediave sociale përmes teknologjive që funksionojnë në bazë të internetit, në desktop, laptop, tableta ose smartphone. Kur angazhohen me këto shërbime, përdoruesit mund të krijojnë platforma shumë ndërvepruese përmes të cilave individët, komunitetet dhe organizatat mund të ndajnë, bashkë-krijojnë, diskutojnë dhe ndryshojnë përmbajtjet e gatshme ose të krijuara nga përdoruesit e të postuara në internet.“⁸

2.2. Përcaktimi i Mediave Sociale më të Përdorura

Faqet e mëposhtme të mediave sociale janë veçanërisht të njohura në Evropën Qendrore dhe Lindore:

Facebook: Një faqe popullore, falas, e rrjeteve sociale që lejon përdoruesit e regjistruar të krijojnë profile, të ngarkojnë fotografi dhe video, të dërgojnë mesazhe dhe të mbajnë kontakte me miqtë, familjen dhe kolegët. Facebook është duke u zhvilluar vazhdimisht dhe aktualisht është në dispozicion në më shumë se 37 gjuhë të ndryshme. Ai përfshin karakteristika publike të tilla si:

- Tregu, i cili lejon anëtarët të postojnë, lexojnë dhe t'u përgjigjen njoftimeve për shitje.
- Grupet, lejon anëtarët me interesa të përbashkëta të gjejnë njëri -tjetrin dhe të ndërveprojnë.
- Eventet, lejon anëtarët të bëjnë publik një event të caktuar, të ftojnë mysafirë dhe të ndjekin se kush planifikon të marrë pjesë.
- Faqet, lejojnë anëtarët të krijojnë dhe promovojnë një faqe publike të ndërtuar rreth një teme të caktuar.

Çdo përdorues individual mund të vendosë kushtet e privatësisë dhe dukshmërinë (ose padukshmërinë) e faqes dhe postimeve të tyre në Facebook. Të gjitha ndërveprimet publikohen në një burim lajmesh, i cili u shpërndahet në kohë reale miqve të përdoruesve/

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

anëtarëve.⁹ Facebook ka prezantuar një shumëllojshmëri të butonave të përgjigjes që përdoruesit mund t'i përdorin për t'iu përgjigjur postimeve. Bazuar në cilësimet e privatësisë së një përdoruesi, të tjerët mund të shohin atë që ju pëlqeni ose për të cilën ju përgjigjeni. Kjo çështje është shumë e rëndësishme kur merren parasysh konfliktet e mundshme të interesit.

Instagram: Instagrami është një rrjet social (në pronësi të Facebook-ut) për publikimin e fotografive dhe videoklipeve. Instagrami ka aftësinë për të përdorur një numër të madh filtrash për fotografi në mënyrë që fotografitë të duken më profesionale. Përdoruesit mund të pëlqejnë dhe komentojnë postimet e përdoruesve të tjerë dhe ata mund të sinkronizojnë një fotografi të publikuar në Instagram në mënyrë që ajo të ngarkohet menjëherë në llogarinë Twitter të përdoruesit dhe/ose profilin e Facebook-ut. Bazuar në numrin e përdoruesve (i cili ishte 1 miliard në qershor të vitit 2019), Instagrami pozicionohet si një nga rrjetet sociale më të njohura.¹⁰

LinkedIn: LinkedIn është një rrjet social i krijuar që profesionistët të prezantojnë profilet e tyre personale të biznesit. Ai ju lejon të krijoni një profil që paraqet nivelin tuaj arsimor, kualifikimet profesionale dhe anëtarësimin në grupe dhe shoqata profesionale. Profilet e LinkedIn janë në thelb një biografi profesionale që u jep bashkëpunëtorëve të biznesit të një përdoruesi, të dhëna mbi pozicionin aktual profesional të përdoruesit dhe detajet e kontaktit. Përdoruesit e LinkedIn mund të ndërtojnë një rrjet kontaktesh profesionale me njerëz të tjerë nga mjedisi i tyre i punës. Gjithashtu, këta përdorues mund të bëhen anëtarë të grupeve të ndryshme profesionale/tematike në LinkedIn, të cilët shërbejnë si një platformë për shkëmbimin e mendimeve për çështje të ndryshme profesionale.

Tinder: Një diskutim mbi mediat sociale nuk do të ishte i plotë pa i referuar aplikacioneve (apps) për takime, pasi ato shpesh përdoren edhe nga gjyqtarët. Një nga aplikacionet më të njohura është aktualisht Tinder, një aplikacion për takime i bazuar në vendndodhje, që lejon përdoruesit të krijojnë profilin e tyre, të postojnë një fotografi dhe të shtojnë një përshkrim. Pas krijimit të profilit të tyre, ata mund të „pëlqejnë“ (rrëshqisni djathtas) ose „mos-pëlqejnë“ (rrëshqisni majtas) përdoruesit e tjerë. Gjithashtu, përdoruesit mund të bisedojnë nëse të dyja palët „pëlqejnë“ njëra-tjetrën në aplikacion. Informacioni në dispozicion të përdoruesve bazohet në fotografitë e ngarkuara dhe një biografi të shkurtër që përdoruesit shkruajnë për veten e tyre. Ndërsa nuk është qëllimi ynë të këshillojmë ose rregullojmë përdorimin nga ana e gjyqtarit të këtij dhe aplikacioneve të tjera me qëllim takimet romantike, ato janë drejtime shtesë të rrjeteve sociale. Ka shumë aplikacione të tjera takimesh, përfshirë Match.com, Badoo, Grindr dhe Bumble, megjithëse Tinder duket se është më i njohuri. Gjykatësit padyshim duhet të jenë veçanërisht të kujdesshëm dhe të përmbytur në lidhje me informacionin dhe fotot që publikojnë në këto platforma.

Twitter: Twitter është një shërbim i mediave sociale për postimin e mesazheve deri në 280 shkronja dhe numra. Ai mundëson gjithashtu edhe postimin e fotografive dhe lidhjeve për faqe të tjera, si edhe marrjen e mesazheve nga ndjekësit. Një tipar popullor i Twitter është “retweeting”, ose ripostimi i mesazhit të një përdoruesi tjetër. „Hashtags“ mund të përdoren

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

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

për të gjetur se sa njerëz kanë postuar në Twitter ose kanë postuar për një temë të caktuar, dhe Twitter liston temat më të njohura të ditës si „Temat Trend“. Në disa vende të botës, Twitter konsiderohet një rrjet i përshtatshëm për mbledhjen e shpejtë të informacionit. Twitter gjithashtu është përdorur si një mjet organizimi për shumë ngjarje të rëndësishme shoqërore dhe politike në të gjithë globin.

2.3. Mjete të Rrezikshme në Mediat Sociale

Mediat sociale mund të bëhen objekt i një sërë abuzimesh dhe manipulimesh. Le të shikojmë disa nga këto probleme:

Cyborgët: Në kontekstin e mediave sociale, cyborgët janë ose njerëz të ndihmuar nga botët ose botë të ndihmuar nga njerëzit.¹¹ Një shembull konkret i një cyborg, në kontekstin e mediave sociale, është një qenie njerëzore që hap një llogari të programuar në mënyrë të tillë që gjatë mungesës së saj, postimet (si ato në Twitter) bëhen nga një program i automatizuar. Herë pas here, njeriu merr pjesë, poston në Twitter dhe bashkëvepron me miqtë. Cyborgët janë të ndryshëm nga botët, pasi botët përdorin automatizimin, ndërsa cyborgët ndërthurin karakteristikat e sjelljes manuale dhe asaj të automatizuar. Fatkeqësisht, Cyborgët ofrojnë mundësi unike për përhapjen e lajmeve të rreme. Edhe pse llogaritë që funksionojnë nëpërmjet Cyborgëve përipiqen të paraqiten si njerëz të vërtetë, duke përfshirë edhe paraqitjen reale të një numri miqsh ose ndjekësish, shumë prej këtyre llogarive janë të sajura dhe përdorin çdo strategji për të mbledhur një numër sa më të madh miqsh në një periudhë të shkurtër kohe.

Lajmet e rreme: Lajmet e rreme dhe propaganda janë po aq të vjetra sa njerëzimi. Sidoqoftë, me aksesin e publikut në internet dhe shpejtësinë e shkëmbimit të informacionit në rrjetet sociale, këto elementë janë bërë padyshim më të rrezikshëm. Janë pesë kategori të cilave i referohemi kolektivisht si „lajme të rreme“.¹² Disa kategori lajmesh janë të rreme (dezinformata), ndërsa të tjerat janë rezultat i informacionit të njëanshëm (keqinformim). Pavarësisht kësaj, të gjithë këto kategori kanë një lidhje shumë të dobët me të vërtetën dhe në thelb kanë qëllimin për të mashtruar. Më poshtë janë disa shembuj të formave që mund të marrin lajmet e rreme:

- Raportimet keqinformuese të lajmeve që janë gjysmë të vërteta, por të përdorura në kontekstin e gabuar. Ato bazohen në fakte reale të zgjedhura në mënyrë selektive dhe më pas raportohen si tituj kryesorë, por në përgjithësi janë një keqinterpretim i ngjarjes.
- Raportimi i paqartë i cili përmban disa pjesë të vërteta, por nuk është i bazuar në lajme të verifikuara plotësisht. Më pas këto të vërteta përdoren për të mbështetur një pozicion ose pikëpamje të caktuar.

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

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

- Lajme keqinformuese që nuk bazohen në fakte, por që mbështesin një narrativë në zhvillim e sipër. Këtu përfshihen lajmet që nuk bazohen në fakte, lidhen me tema që shkaktajnë përplasje ideologjish ose opinione, dhe luajnë me paragjykimet e pavetëdijshme të publikut. Zakonisht, teoritë e komplotit bëjnë pjesë e kësaj kategorie.
- Lajmet e pavërteta që janë krijuar qëllimisht për të fituar para përmes numrit të klikimeve, për të shkaktuar konfuzion ose pakënaqësi, ose si propagandë sensacionaliste. Zakonisht këto histori shpërndahen përmes faqeve mashtruese të lajmeve që krijohen për t'u dukur si faqe lajmesh „reale“, ose përmes faqeve të lajmeve të rreme. Në këto raste, shpesh përdoren video dhe imazhe grafike që janë manipuluar në një farë mënyre.

Bot: „Një bot është një aplikacion i automatizuar që përdoret për të kryer detyra të thjeshta dhe të përsëritura që do të merrnin kohë dhe do të ishin të rëndomta ose të pamundura për t'u kryer nga një person. Botët mund të përdoren për detyra produktive, por ata gjithashtu përdoren shpesh edhe për qëllime dashakeqe.”¹³ Një bot social është një lloj i veçantë boti që përdoret në rrjetet e mediave sociale për të krijuar mesazhe automatike (p.sh., mesazhet në Twitter) ose për të mbrojtur ide të caktuara, për të mbështetur fushata të caktuara dhe për të ndikuar në reagimet e publikut, duke vepruar si të ishte një „ndjekës“, apo edhe si një llogari fallco që mbledh ndjekës. Sipas llogarive, mendohet se 9-15% e llogarive aktive në Twitter mund të jenë bote sociale¹⁴, dhe se 15% e popullsisë totale të Twitter që kanë marrë pjesë aktive në diskutimin e zgjedhjeve presidenciale të SHBA-ës në vitin 2016, ishin botë.¹⁵ Gjithashtu sipas një studimi ekonomik¹⁶, gjatë votimeve për Brexit në vitin 2016, botët shtuan 1.76 pikë përqindje në votën pro „largimit“ ndërkohë që Britania e Madhe vendoste nëse do të qëndronte apo jo në Bashkimin Evropian.

Trollët: Një troll në internet (bullizmi kibernetik, ngacmimi në internet) është një person që fillon debate ose shqetëson njerëzit në internet për të shpërqendruar dhe përhapur mosmarrëveshje. Një studim i vitit 2016 për Qendrën e Ekselencës së Komunikimeve Strategjike të NATO –s, mbi luftën hibride, vë në dukje se kriza ukrainase, për shembull, „tregoi sesi identitetet dhe llogaritë e rreme u përdorën për të shpërndarë narrativa përmes mediave sociale, blogjeve dhe komenteve në internet në mënyrë që të manipulonin, ngacmonin, ose mashtronin kundërshtarët.“¹⁷

Informacioni Viral: Postimet ose faqet e mediave sociale që bëhen të njohura dhe ndahen nga një numër i madh i përdoruesve dhe rishpërndahen nga kontaktet e tyre, pra „bëhen virale“.

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

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

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

¹⁶ Autorët e studimit janë Yuriy Gorodnichenko nga Universiteti Berkeley në Kaliforni dhe Tho Pham and Oleksandr Talavera nga Universiteti Swansea në Mbretërinë e Bashkuar.

¹⁷ „Internet Trolling as a hybrid warfare tool: the case of Latvia“. stratcomcoe.org. Riga, LV: Qendra e Ekselencës së Komunikimeve Strategjike të NATO –s (publikuar në 28 Janar 2016). I arkivuar nga origjinali në 28 Janar 2016. I marrë në 28 Janar 2016.

Është një analogji me një sëmundje infektive virale e cila përhapet shpejt nga një person tek tjetri. Shumica e rrjeteve sociale u mundësojnë përdoruesve të ndajnë përsëri postimet ose faqen e internetit me një klikim të thjeshtë në butonin „share“.

3. Ndikimi i Mediave Sociale në Shoqëri

Pavarësisht lidhjes me njëri tjetrin të një numri të madh njerëzish, është vënë re se mediat sociale përforcojnë grupimet dhe ndarjet ekzistuese shoqërore. Media sociale u mundëson njerëzve të krijojnë një „dhomë jehonë“ që përjashton informacionin që bie në kundërshtim me pikëpamjet e tyre. Ekspozimi selektiv, në përgjithësi i referohet tendencës së njerëzve për të favorizuar informacionin që përforcon idetë e tyre dhe refuzuar informacionin që bie në kundërshtim me këto ide.¹⁸ Me personalizimin gjithnjë e më të madh të teknologjisë, është rritur edhe mbizotërimi i ekspozimit selektiv, gjë që çon më pas në polarizim ideologjik.

Hulumtimet e fundit shkencore nga Universiteti Blanquerna¹⁹ në Spanjë, kanë treguar se mediat sociale, dhe mediat në përgjithësi, kanë fuqinë për të shtuar stereotipet jo vetëm tek fëmijët, por edhe tek njerëzit e të gjitha moshave. Kështu, aktivisti i internetit Eli Pariser shpiku termin **fluskë filtruese**²⁰, për të përshkruar izolimin intelektual që krijohet kur algoritmi i një faqe interneti përzgjedh në mënyrë selektive se çfarë informacioni do të donte të shihte një përdorues, bazuar në informacione rreth këtij përdoruesi, sic janë vendndodhja, tendenca e klikimeve të mëparshme si dhe historia e kërkimeve në internet. Si rezultat, përdoruesit kanë më pak akses në informacione që bien në kundërshtim apo sfidojnë pikëpamjet e tyre, duke u izoluar kështu në fluskat e tyre kulturore ose ideologjike.²¹

4. Mediat Sociale në Politikë dhe Jetën Publike

Përhapja e shpejtë e informacionit në mediat sociale mund të prekë po aq shpejt figurat politike dhe publike, pavarësisht nëse ky informacion është i vërtetë apo jo. Mediat sociale janë një forum i hapur që i siguron çdokujt një zë për të folur kundër regjimeve qeveritare, si dhe figurave publike, përfshirë edhe gjyqtarët. „Media sociale po bëhet kanali kryesor për mobilizimin shoqëror dhe kritikën ndaj qeverisë sepse qeveria nuk mund të kontrollojë atë që ne themi në internet.“²²

Platformat e komunikimit janë bindëse dhe shpesh funksionojnë për të ndikuar në pikëpamjet politike, si pasojë e shumëllojshmërisë të ideve, mendimeve dhe opinionëve që qarkullojnë nëpër platformat e mediave sociale. Për shkak të rritjes së lajmeve politike të postuara në rrjete të ndryshme të mediave sociale, brezat e rinj po përfshihen gjithnjë e më shumë në politikë dhe në jetën publike, përfshirë këtu edhe në shqyrtimin e politikës, dhe rolin e gjyqësorit. Informimi i brezave të rinj mbi jetën politike të vendit është i

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

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

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

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

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

rëndësishëm, por brenda sferës së mediave sociale mund të ketë shumë paragjykime. Në këtë kuptim, personat e jashtëm mund ta kenë të vështirë të kuptojnë me të vërtetë kushtet e mosmarrëveshjes, në një kohë kur ata janë të shkëputur nga përfshirja e drejtpërdrejtë. Në këto raste, mediat sociale mund të krijojnë një ndjenjë të rreme të të kuptuarit tek njerëzit që nuk janë të përfshirë drejtpërdrejt në një çështje.

5. Pronarët e Të Dhënave në Internet

Kur përdorim një nga shërbimet falas të postës elektronike (Gmail, Yahoo etj.), ne supozojmë se të gjitha mesazhet e dërguara dhe të marra janë të dukshme vetëm për ne dhe personat që i marrin këto mesazhe. Sidoqoftë, emailt tona gjenden gjithashtu në serverë në atë që njihet si „reja“ - infrastruktura e IT që lejon ruajtjen masive të të dhënave. Kjo infrastrukturë është e vendosur në qendra të mëdha kompjuterike në të gjithë botën, në shumë vende njëkohësisht. Mesazhet tuaja janë „private“ në kuptimin që mesazhet e dërguara në adresën e dëshiruar, nuk do të dërgohen në ndonjë adresë tjetër. Sidoqoftë, përmbajtja e mesazheve tuaja është në dispozicion të pronarëve të serverëve që e përdorin atë për t'ju siguruar ju si përdorues, një përvojë të përshtatur ndaj nevojave tuaja. Në këtë mënyrë, reklamat që ju merrni janë më të përshtatshme për shijen tuaj, dhe vendet që ju keni vizituar në internet ruhen për t'u përdorur në një kohë të mëvonshme.

Gjithashtu, edhe librat tanë privatë të adresave përfshihen në „re“, dhe integriteti i tyre varet nga fuqia e fjalëkalimit tonë dhe gjithashtu nga sa i sigurt është operatori i këtyre të dhënave ndaj sulmeve të jashtme. Ruajtja në „re“ është e favorshme për aftësinë e saj për të ndarë dhe ruajtur të dhëna nëpër platforma të ndryshme, por një disavantazh i saj është se dikush tjetër mund të abuzojë potencialisht me këtë opsion dhe të shkarkojë gjithashtu listën tuaj të kontakteve. Ditët e librave fizikë të adresave, që mund të mbahen larg syve kureshtarë, kanë kaluar prej kohësh.

Të dhënat që lëmë në shërbime të ndryshme të internetit nuk janë të kufizuara vetëm në informacione biografike dhe mbi mënyrën e kontaktimit të personit, por gjithashtu përfshijnë edhe informacione në lidhje me sjelljen e përgjithshme të një personi në internet. Në këtë sjellje hyn çdo veprimtari (secili „klik“) që kryeni, duke filluar me cilat faqe interneti vizitoni dhe cilat terma kërkoni në internet, deri te secili „like“ dhe koment në rrjetet sociale. Të gjitha këto të dhëna përdoren vazhdimisht për qëllime komerciale, në mënyrë që të plotësojnë profilin tuaj të përdoruesit.

Të dhënat tona si librat e adresave, email-et, postimet në profilet tona në internet, ruhen në pajisjet tona. Kur fikim pajisjen elektronike, aktivitetet tona virtuale janë në pritje deri në përdorimin e ardhshëm. Sidoqoftë, në shumicën e rasteve ne nuk e kuptojmë që kamera dhe mikrofoni ynë mund të ndizen pa dijeninë tonë.

„Gjurmët“ digjitale të aktiviteteve tuaja ruhen në mënyrë arbitrare dhe aftësia juaj për t'i ndikuar ato është minimale ose nuk ekziston. Ka të ngjarë që ju nuk do të jeni kurrë në një situatë ku do t'ju kërkohet të anuloni, fshini ose ndryshoni të dhëna të tilla. Por, nëse jeni në atë situatë, ju do të shihni që të gjitha rrjetet sociale të njohura janë nën juridiksionin e vendeve të tjera, dhe kopje të këtyre të dhënave gjenden në disa shtete njëkohësisht.

Fshirja e të dhënave në pajisjen tuaj mund të lejojë që ato të fshihen nga bankat e të dhënave ku janë ruajtur (p.sh., pas 30 ditësh, në rast se ju ndryshoni mendim), por edhe atëherë, nuk ka asnjë mënyrë për të përcaktuar që këto të dhëna (deklaratat, fotot) janë fshirë plotësisht dhe nuk do të shfaqen përsëri. Për shembull, „Shokët“ tuaj në mediat sociale mund t'i kenë ruajtur postimet tuaja për përdorim të mëvonshëm.

Së fundi, ekziston çështja e pronësisë së informacionit të publikuar në mediat sociale ose përmbajtjes e cila gjenerohet përmes ndërveprimeve në mediat sociale. Pronësia e përmbajtjes në platformat e mediave sociale ka qenë gjithmonë e paqartë sepse ky informacion krijohet nga përdoruesit dhe ruhet nga një shoqëri tregëtare. Kësaj i shtohet edhe rreziku për sigurinë e informacionit, i cili mund të rrjedhë tek palët e treta, ose „parazitët“ të cilët vjedhin të dhënat për databazat e tyre. **Aktualisht pronarët e përmbajtjes së krijuar në faqet e mediave sociale janë korporatat e mëdha që i kanë në pronësi ato faqe interneti, dhe rrallë përdoruesit që e kanë krijuar atë.**

Mbrojtësit e të drejtës së privatësisë paralajmërojnë përdoruesit e mediave sociale për mbledhjen e të dhënave të tyre personale. Kështu, disa informacione mund të mblidhen pa dijeninë ose pëlqimin e përdoruesit përmes gjurmimit elektronik dhe aplikacioneve të palëve të treta. Të dhënat gjithashtu mund të mblidhen edhe për qëllime qeveritare ose zbatimin e ligjit ose nga intelijenca e mediave sociale, duke përdorur teknika për minimin e të dhënave. Kur ndani informacione në mediat sociale, mbani mend se informacioni nuk është më privat. Është pranuar gjerësisht se është shumë e rëndësishme të monitoroni atë që ndani dhe të jeni të vetëdijshëm se me kë mund të jeni duke e ndarë potencialisht atë informacion. Disa përdorues të mediave sociale nuk e kuptojnë që dikush jashtë rrethit të tyre të miqve do të mund të lexojë postimin e tyre. Në fakt, në disa faqe të mediave sociale, nëse përdoruesit nuk zgjedhin parametra më të larta të privatësisë, përmbajtja e tyre ndahet automatikisht me një audiencë të gjerë. Pasi diçka postohet, aksesueshmëria e tij mbetet konstante edhe nëse zgjedhim kush është potencialisht në gjendje ta shikojë atë.

Shumica e përdoruesve duan të fillojnë të përdorin një shërbim interneti sa më shpejt të jetë e mundur dhe japin pëlqimin e tyre për kushtet e përdorimit pa hezitim dhe shpesh pa lexuar kushtet, duke menduar pak apo aspak për pasojat e marrëdhënies juridike që sapo kanë krijuar. Ne rekomandojmë që zyrtarët e pushtetit gjyqësor të lexojnë kushtet e përdorimit të marrëveshjes dhe pas shqyrtimit të arsyeshëm të kushteve, të marrin një vendim të informuar mbi atë se si duhet të veprojnë.

6. Çështja e Privatësisë në Lidhje me Mediat Sociale

Sot, në kohën e rrjeteve të mediave sociale, shfaqen probleme kur komunikimi që është i natyrës private - për shkak të specifikës së mediave në internet - bëhet publik. Në këtë situatë, është e rëndësishme të vendosni nëse dhe si të përgjigjeni, si dhe të merrni parasysh specifikat teknologjike të secilit kanal komunikimi.

Është e rëndësishme të theksohet se çdo bisedë në internet është më shpesh në formë të shkruar. Shtypja e një teksti (postim dhe koment) ose publikimi i një fotografie krijon përmbajtje që do të jetë në dispozicion të çdo pale të interesuar. Çdo „pëlqim“ ose „retweet“, çdo koment i dyanshëm, ose edhe thjesht një emoji, është në fakt një dokument që i keni dërguar një personi tjetër ose një „audience të përgjithshëm“ në internet. Kjo përmbajtje mund të përfshijë nënshkrimin tuaj, vendndodhjen dhe pajisjen që po përdorni. Një koment i bërë mes kolegësh, gjatë pushimit të kafesë në një konference, ndoshta nuk do të mbetet në mendjen e shumicës së dëgjuesve më gjatë se fundi i asaj dite pune. I njëjti koment i dërguar si një e-mail ose si një postim në Twitter ose status në Facebook, bëhet përmbajtje që arkivohet për përdorim në të ardhmen dhe mund të rishfaqet në një mënyrë që nuk e prisnit vite më vonë, në një kontekst krejtësisht të ndryshëm.

Një nga rreziqet më të mëdha të komunikimit në internet është mundësia e përgjigjes së shpejtë, ose komentimit të menjëhershëm të postimit të dikujt. Teknologjia ju lejon të shprehni qëndrimet tuaja pothuajse në kohë reale, sikur të flisnit ballë për ballë me personin. Është e rëndësishme t'i rezistoni presionit për t'u përgjigjur menjëherë, veçanërisht nëse bëhet fjalë për një diskutim i cili potencialisht mund të çojë në një debat. Mënyra më e lehtë për të kontrolluar komunikimin tuaj në internet është duke i dhënë vetes më shumë kohë për t'u përgjigjur. Nëse doni patjetër të përgjigjeni, shkruani një koment menjëherë por mos e dërgoni atë. Prisni deri në mëngjesin tjetër dhe kur të lexoni përsëri përgjigjen tuaj, ka shumë të ngjarë që do ta ndryshoni mesazhin.

Në çdo situatë, silluni me respekt dhe shmangni çdo koment në lidhje me palët e treta, çështje shoqërore, qëndrime politike, tipare personale, etj. sepse këto komente mund të reflektojnë negativisht mbi ju ose reputacionin tuaj, edhe vite më vonë, në kontekste të tjera. E njëjta gjë vlen edhe për fotot e videoklipet. Një album fotografik që keni ndarë me miqtë dhe të afërmit në një mbledhje familjare mund të ketë një kuptim shumë të ndryshëm nëse një ditë (ndoshta vite më vonë) shfaqet në faqen e parë të një gazete ose portali online. Mundohuni të shikoni përmbajtjen që keni postuar përmes syve të „të tjerëve“.

7. Rreziku për Abuzim

Edhe nëse i keni zbatuar të gjitha këshillat për zgjedhjen e një fjalëkalimi cilësor, profili juaj mund të bëhet subjekt abuzimi. Një sulmues mund të hasë në fjalëkalimin tuaj në mënyra të ndryshme, ose përmes një virusi të instaluar në kompjuterin tuaj ose përmes një sulmi “hacker” ndaj ofruesit të shërbimit tuaj të internetit. Një nga rastet më famëkeqe të këtij lloji ishte sulmi ndaj Yahoo që komprometoi më shumë se një miliard përdorues²³. Nëse dyshoni se profili juaj në Facebook është keqpërdorur, ndiqni udhëzimet që Facebook ka përgatitur për raste të tilla²⁴. E njëjta gjë vlen për të gjitha shërbimet e tjera të internetit nga emaili deri te rrjetet sociale (Twitter²⁵, LinkedIn²⁶, Instagram²⁷, etc.).

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

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

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

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

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

Zakonisht ju mund të fshini komentet e padëshiruara, por për ta bërë këtë ju duhet të monitoroni profilin tuaj në internet. Edhe pse nuk keni asnjë përgjegjësi të drejtpërdrejtë për komentet e njerëzve të tjerë (të cilët mund ose mund të mos jenë në listën e miqve tuaj), shfaqja e komenteve të tyre në profilin tuaj mund të tregojë një afërsi që do të ishte e papranueshme për ju në ndonjë kontekst tjetër.²⁸

Lloji më i vështirë i abuzimit është falsifikimi i mesazheve dhe postimeve tuaja, veçanërisht fotove dhe videove. Ju nuk mund t'i parandaloni këto raste, por nëse përmbajtja e shfaqur më parë në mediat tuaja sociale ka krijuar një model të caktuar sjelljeje në internet, falsifikimet me qëllim të keq mund të kundërshtohen më lehtë. Prandaj është e nevojshme të interpretohen kodet kombëtare të etikës (që përmendin „sjelljen jashtë gjykatës“) në një kontekst që vlen për hapësirat virtuale.

8. Shembuj të Cilësimeve të Sigurisë për Llogaritë e Rrjeteve Sociale

Facebook: Cilësimet e privatësisë në llogarinë tuaj ju lejojnë të kontrolloni se kush do t'i shikojë postimet tuaja, kush mund të shtojë një kërkesë për „Shok“, ose kush mund t'ju etiketojë kur shfaqeni në fotot e anëtarëve të tjerë të rrjetit. Kini parasysh se ka pajisje që mund të mos i mbështesin të gjitha opsionet (në varësi të versionit të sistemit operativ dhe pajisjes). Kur zgjidhni se kush mund t'i shikojë postimet tuaja, ju mund të zgjidhni nëse do të jenë:

- „Publike“ - në dispozicion të të gjithë anëtarëve të rrjetit
- „Shokët“ - në dispozicion vetëm për miqtë tuaj
- „Shokët përveç“ - në dispozicion për miqtë tuaj me disa përjashtime
- „Shokë të veçantë“ - në dispozicion vetëm për miqtë e listuar
- „Vetëm për ty“ (Vetëm unë) - i disponueshëm dhe i dukshëm vetëm për ju
- „I vecuar“ - në dispozicion për miqtë dhe listat që zgjidhni (p.sh., familja, miqtë e ngushtë, të njohurit, kolegët)

Kur zgjidhni cilësimet për një postim, ato mbeten të njëjta për të gjitha postimet derisa ju t'i ndryshoni përsëri. Gjithashtu, ju mund të ndryshoni dukshmërinë e një postimi në „Murin“ tuaj, më vonë. Nëse keni postuar mesazhe në murin e mikut tuaj, atëherë miku juaj mund të përcaktojë nivelin e dukshmërisë duke rregulluar cilësimet e privatësisë për postimin në murin e tij/saj/tyre. Sigurohuni që të aktivizoni opsionet e Alarmit të Hyrjes në Llogari, në mënyrë që çdo herë që dikush hyn (edhe nëse jeni duke hyrë nga ndonjë pajisje tjetër), ju do të merrni një njoftim se ka ndodhur një hyrje në llogarinë tuaj. Kushtojini vëmendje të veçantë aplikacioneve që ju lejojnë të lidheni me llogarinë tuaj në Facebook. Pothuajse të gjitha aplikacionet e tilla ju kërkojnë t'u jepni akses në të dhënat tuaja, si dhe të azhurnojnë llogaritë dhe postimet tuaja.

Twitter: Twitter ka disa opsione të dobishme, të veçanta, për përdorimin e llogarisë tuaj.²⁹

²⁸ Disa shërbime ekzistojnë vetëm për të gjurmuar mesazhet e fshira, si <https://politwoops.eu/> i cili mund të zbulojë mesazhet e fshira midis momentit që ju postoni dicka dhe momentit që ju fshini dicka.

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

Njoftimet³⁰ - Ky opsion ju lejon të keni një pasqyrë të ngjarjeve përkatëse në „Twitter Line“ në një vend (në një rresht informacioni), siç janë:

- Kur keni një ndjekës të ri,
- Kur dikush promovon postimin tuaj
- Kur dikush ju përmend në një koment („manipulon“),
- Kur dikush riposton postimet tuaja (retweets)

Blokimi i Llogarive të tjera³¹ - Ky opsion ju lejon të hiqni plotësisht profilet që ju ofendojnë (në Twitter) që do të thotë se ju nuk do të shihni më postimet e personit të fshirë, as ata nuk do të shohin më tuajat. Duke bllokuar një llogari tjetër, ju ndaloni së ndjekuri atë dhe njëkohësisht mbajtësi i llogarisë nuk mund t’ju ndjekë më ju. Qëllimi i këtij opsioni nuk është vetëm ndalimi i marrjes së njoftimeve ose azhurnimeve në lidhje me një llogari tjetër, por edhe heqja e plotë e atyre personave që ju nuk dëshironi më t’i keni ndjekës.

Llogaritë e verifikuara - Profilet e rreme janë një nga anët negative të rrjeteve sociale. Fotografia e profilit tuaj mund të shkarkohet nga një rrjet tjetër. Emri juaj mund të renditet pranë emrit të llogarisë (emri i llogarisë mund të manipulohet pak, mjafton të ndryshoni rendin e shkronjave në një fjalë, ose të shkruani numrin „1“ në vend të shkronjës „l“). Ju nuk do të ishit në dijeni se dikush me një profil shumë të ngjashëm me tuajin po publikon postime që mund t’ju atribuohen ju - pavarësisht nëse keni llogarinë tuaj apo edhe nëse nuk jeni fare anëtar i Twitter. Për të luftuar llogaritë e rreme, Twitter prezantoi kategorinë e „llogarive të verifikuara“ që identifikohen nga një simbol blu pranë emrit në profilin e llogarisë. Këto llogari zyrtare i dëshmojnë stafit dhe përdoruesve të Twitter se llogaria juaj është me interes publik, dhe përmbajtja dhe opinionet e shprehura në të përfaqësojnë përdoruesin aktual (dhe jo dikë që pretendon të jetë përdoruesi). Në shumicën e rasteve, pronarët e llogarive të verifikuara janë përfaqësues nga fushat e artit, administratës publike, politikës, medias, sportit apo biznesit.

Për më tepër, duhet t’i kushtoni vëmendje aplikacioneve të tjera që kërkojnë akses në llogarinë tuaj në Twitter dhe funksione të tjera që keni aktivizuar në llogarinë tuaj në Twitter. Nëse nuk e kuptoni qartë se çfarë është ajo që duhet të bëni, kontrolloni rubrikën Pyetje të bëra shpesh (FAQ) për përdoruesit e rinj në Twitter, Qendrën e ndihmës në Twitter ose pyetjet e bëra shpesh në aplikacionin Twitter. Merrni parasysh pasojat dhe vendosni pasi të jeni të vetëdijshëm për përdorimin e mbledhjes së të dhënave dhe kushtet e shërbimit dhe përdorimit.

Instagram: Ju keni disa mundësi vizibiliteti për llogarinë tuaj:

„Publike“ - Çdokush mund të fillojë t’ju ndjekë, rishikojë dhe ndajë fotot, videot ose postimet tuaja.

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

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

„Private“- Ju vendosni nëse do t'i lejoni përdoruesit e tjerë t'ju ndjekin apo jo. Nëse jeni një zyrtar në sistemin gjyqësor, rekomandohet që mbajtësit e llogarive të zgjedhin për profilet e tyre opsionin „privat“. Kini parasysh se fotot e publikuara duhet t'u përmbahen kushteve specifike në përputhje me kodin e etikës (ky informacion mund të gjendet në Seksionin e Udhëzimeve të Komunitetit në aplikacion ose llogari). Gjithmonë mbani në mend se fotot e publikuara, të destinuara vetëm për „Shokët“ e ngushtë, mund të publikohen në cdo kohë aty ku ju nuk e prisnit që të shfaqeshin.

Shfaqja e profileve të rreme është e mundur edhe në rastet kur një person në një funksion gjyqësor nuk ka profilin të tijin/sajin në asnjë rrjet social. Kjo mund të jetë problematike nëse fotografitë janë marrë nga burime private. Gjyqtarët dhe prokurorët duhet të jenë të vetëdijshëm se mund ta gjejnë veten në një situatë ku mund të dëmtohen nga profile të rreme në faqet e rrjeteve sociale.

LinkedIn: Ka dy mundësi për konfigurimin e profilit tuaj të cilat duam t'u tërheqim vëmendjen, pasi ato mund të kenë ndikim në reputacionin tuaj:

„Njoftimi i kontakteve kur ju shfaqeni në lajme“- Ky opsion vepron automatikisht kur krijoni një profil dhe nëse e lini të aktivizuar, sa herë që shfaqeni në lajme (media ose blogje), të gjithë kontaktet tuaja do të informohen. Ju takon ju të zgjidhni nëse ky opsion do t'ju dëmtojë reputacionin. Kini parasysh se njoftimet do të shfaqen si për lajmet pozitive ashtu edhe për ato negative, pra të gjithë kontaktet tuaja do të informohen gjithësesi.

„Përmendja nga të tjerët“- Sa herë që dikush ju përmend në postimin e tij, kjo rrit „dukshmërinë/vizibilitetin“ e profilit tuaj. Ju nuk mund të kontrolloni kontekstin në të cilin dikush do t'ju përmendë. Prandaj, përdorni gjykimin tuaj dhe vendosni nëse do t'a lini këtë opsion aktiv (të hapur) apo joaktiv (të mbyllur).

SHTOJCA II

Udhëzimet e Unionit të Gjyqtarëve në Republikën Çeke

Kufijtë Etikë lidhur me Aktivitetet e një Gjyqtari në Rrjetet Sociale

Në Mbledhjen Vjetore të Unionit Gjyqësor të mbajtur më 5 nëntor 2016 në Mikulov, Gjykatës për Etikën e Unionit Gjyqësor iu dha detyra e vlerësimit të kufijve etikë lidhur me aktivitetet e gjyqtarëve në rrjetet sociale (Facebook, Twitter, blogje, etj.), në lidhje me masën në të cilën liria e shprehjes së një gjyqtari kufizohet nga detyra e tij ose e saj.

Gjykata e Etikës e Unionit Gjyqësor (e referuar si GJE) ka punuar nisur nga „Parimet e Sjelljes Gjyqësore“ të miratuara në Mbledhjen Vjetore të Unionit Gjyqësor (UGJ) më 26 Nëntor 2005 (njohur ndryshe edhe si Kodi i Etikës). Ky Kod i Etikës përcaktoi në mënyrë të përgjithshme parimet themelore të dinjitetit, paanësisë dhe pavarësisë në aktivitetet dhe sjelljen e një gjyqtari. Sidoqoftë, këto parime janë të një natyre të përgjithshme dhe nuk trajtojnë në mënyrë specifike aktivitetet e gjyqtarëve në rrjetet sociale. Prandaj, GJE gjithashtu përdori përfundimet dhe gjetjet nga disertacioni i Mgr. Zdeněk Křivka me titull „Gjyqtarët dhe mediat sociale“. Në hartimin e opinionit të saj, GJE gjithashtu mori parasysh kuadrin ligjor të zbatueshëm për punën e gjyqtarëve, veçanërisht në nivelin më të përgjithshëm, Nenet 81 dhe 82 të Kushtetutës, Nenin 17 të Kartës së të Drejtave dhe Lirive Themelore dhe Seksionin 80 të Aktit Nr. 6/2002 për Gjykatat dhe Gjyqtarët (në tekstin e mëtejshëm „ZSS“). Nisur nga sa më lart, vështirë se mund të arrihet në përfundimin se një gjyqtar mund të shkelë detyrimet e tij ligjore të parashikuara në rregulloret ligjore të lartpërmendura, pa shkelur edhe parimet e etikës gjyqësore. Sidoqoftë, ky konsideratë nuk zbatohet në drejtimin e kundërt - respektimi i ligjit nga ana e një gjyqtari, nuk do të thotë se ai nuk ka shkelur etikën gjyqësore. Shih, për shembull, anëtarësinë e zakonshme në një parti politike, e cila në vetvete nuk shkel ligjin por nuk është në përputhje me etikën gjyqësore (ky përfundim u shpall në Mbledhjen Vjetore të Unionit Gjyqësor të mbajtur më 24 nëntor 2007 në Kroměříž. Megjithatë, do të kishte qenë shkelje e ligjit (në veçanti, e Nenin 80 (4) të ZSS) nëse gjyqtari nuk do të ishte vetëm anëtar i zakonshëm i një partie apo lëvizjeje politike, por do të mbante një funksion politik brenda një grupi të caktuar politik, dmth do të ishte politikisht më aktiv se një anëtar i zakonshëm.

Për kuadrin ligjor të lartpërmendur, vendimet gjyqësore në lidhje me aktivitetet e gjyqtarëve në rrjetet sociale janë gjithashtu të rëndësishme. Përmendim këtu vendimin e panelit disiplinor të Gjykatës Supreme Administrative ref. 11 Kss 6/2015-53 të 6 qershorit 2016 (dhe konstatimin e mëvonshëm të Gjykatës Kushtetuese ref. IV ÚS 2609/16 e 11 prill 2017), ref.

³² The exacting wording was: “assessment of the limits of ethical activity for a judge on social networks (Facebook, Twitter, blogs, etc.), in order to assess the extent to which a judge’s freedom of expression is limited by his judicial role.”

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

³⁴ KŘIVKA, Zdeněk. Judges and social media. Brno, 2015. Dissertation. Masaryk University, Faculty of Law. Available at: https://is.muni.cz/th/378547/pravf_m/DP_final_v1.0.pdf.

³⁵ He considers, however, from the ethical point of view, membership of a judge in a political party as inappropriate, and that it is unacceptable for a judge to be a member of local government.”

16 Kss 7/2014 - 92 të 11 qershor 2015 dhe konstatimin pasues të Gjykatës Kushtetuese ref. I. ÚS 2617/15 të 5 shtatorit 2016, konstatimin e Gjykatës Kushtetuese ref. II 24S 2490/15 të 8 Nëntorit 2016 (në rastin e një komunikimi masiv me postë elektronike nga një gjyqtar) dhe konstatimet e Gjykatës Kushtetuese, ref. III. ÚS 3844/13 të 30 tetorit 2014 (natyra e komunikimit në Facebook nga një person fizik - „një jo -gjyqtar“).

Në konkluzionet e tjera të saj, GJE nuk bën dallimin nëse aktivitetet problematike etike të gjyqtarëve të përshkruara më poshtë përbëjnë njëkohësisht edhe shkelje të ligjit, pasi detyra që iu dha Gjykatës së Etikës të Unionit Gjyqësor, nuk ishte formuluar kështu.

Liria e shprehjes së një gjyqtari është e kufizuar, ndryshe nga ajo e një „jo-gjyqtari“, nga fakti që një gjyqtar duhet të kujdeset gjithmonë që (dhe kjo vlen veçanërisht për fjalimet e tij publike) kontributet e tij/saj të mos rrezikojnë dinjitetin e funksionit të gjyqarit, të vënë në dyshim besimin në sistemin e drejtësisë dhe paanësinë dhe pavarësinë e tij/saj personale. Në përgjithësi, një gjyqtar nuk duhet të zbulojë publikisht pikëpamjet e tij politike, përveç çështjeve që lidhen me drejtësinë. Nëse ai/ajo do të shprehte një opinion mbi çështjet politike (që nuk kanë lidhje me drejtësinë), ekziston kundërshtimi i mundshëm për anshmëri nëse atij ose asaj do t'i duhej të vendoste për një çështje që lidhet me partinë (lëvizjen) politike ose çështjen politike mbi të cilën ai/ajo ka komentuar. Përveç kësaj, është e këshillueshme që të qëndroni jashtë debateve politike, veçanërisht në lidhje me nivelin në rënie të rregullave të sjelljes së mirë në këto debate. Si rregull, nëse një gjyqtar merr pjesë në shkëmbime publike të opinioneve politike, ai vë në dyshim dinjitetin e tij (në mënyrë jo-direkte edhe dinjitetin e sistemit të drejtësisë në tërësi) dhe, siç u përmend më lart, do të vërë në dyshim edhe paanshmërinë e tij/të saj në të ardhmen. Në këtë kontekst, duhet theksuar se për përjashtimin e një gjyqtari është e mjaftueshme që një vëzhgues me aftësi të arsyeshme vëzhguese, të nxjerrë përfundimin se ai nuk është në gjendje të vendosë në mënyrë të paanshme. Lidhur me fjalimet e një gjyqtari në lidhje me konkurrencën politike, GJE i referohet gjithashtu përfundimeve të Gjykatës Kushtetuese të miratuara në konstatimin e saj ref. I. ÚS 2617/15 nga 5 shtator 2016³⁶.

Aty ku një gjyqtar publikon kontributet e tij është gjithashtu me rëndësi. Pa dyshim që do të ishte negative nëse një gjyqtar, si ruajtës i rregullave që qeverisin një shoqëri demokratike dhe shtetit ligjor, do të publikonte kontributet e tij në një hapësirë mediatike që mund të konsiderohet ekstremiste, domethënë që sulmon bazën e një shoqërie demokratike. Kjo vlen si për materialet e shtypura ashtu edhe për Internetin.

Nëse një gjyqtar publikon pikëpamjet e tij në blog ose në internet (nuk është e rëndësishme nëse është artikull apo përgjigje ose koment për një artikull tjetër), këto janë pikëpamje të shprehura publikisht për të cilat vlejné të gjitha sa më sipër.

³⁶ „...Një individ që ka marrë postin e një gjyqtari duhet të veprojë në përputhje me detyrën e besnikërisë dhe parimet e vetëpërbajtjes, kur ushtron lirinë e tij të shprehjes, në bazë të Nenit 17 të Kartës dhe Nenit 10 të Konventës. Si pasojë, liria e tij e shprehjes i nënshtrohet kufizimeve të vecanta që rrjedhin nga ky detyrim. Në mënyrë të vecantë, një gjyqtar nuk duhet të prekë besimin publik në vendim-marrjen e tij në përputhje me parimet thelbësore të shtetit ligjor demokratik, dhe besimin në pa-anshmërinë dhe pavarësinë e gjyqësorit. Një gjyqtar duhet të tregojë vetë-përbajtje sa i përket komenteve lidhur me konkurrencën politike, veçanërisht vlerësimin publik të kandidatëve individualë ose partive dhe grupeve ose formimit të koalicioneve politike.”

Situata me Facebook-un është më e ndërlikuar. Kjo është një platformë komunikimi që shërben kryesisht për të krijuar dhe mbajtur marrëdhënie online, si edhe për të shpërndarë informacion. Facebook ju lejon të krijoni një rrjet të kontakteve sociale, lejon komunikimin midis përdoruesve, ndarjen e përmbajtjeve të ndryshme multimediale, organizimin e eventeve dhe prezantimet e përdoruesve. Pas regjistrimit, një përdorues ka mundësinë të gjejë përdorues të tjerë të rrjetit me të cilët do të donte të kontaktonte dhe t'u kërkojë atyre „të bëhen shokë“ (duke konfirmuar interesin e ndërsjellë në vendosjen e kontaktit). Ndër të tjera, një përdorues mund të vendosë individualisht hapësirën për shkëmbimin e informacionit të publikuar dhe mund të përdorë mjetet e privatësisë për të zgjedhur se kush do të shikojë përmbajtjen e postuar prej tij/saj ose që lidhet me të, si dhe kush mund t'i kontaktojë dhe t'i kërkojë ato dhe në çfarë mënyre. Profili i përdoruesit në një rrjet social mund të funksionojë në mënyrë të hapur (është publik për të gjithë përdoruesit e tjerë të Facebook apo edhe të gjithë përdoruesit e internetit) ose i mbyllur (përdoruesi ose zgjedh të publikojë informacionin e tij vetëm brenda një rrethi përdoruesish ose mund ta vendosë këtë opsion veç e veç për postime dhe informacione individuale).

Komunikimi në Facebook mund të kryhet nëpërmjet bisedës (diskutimit), mesazheve (aftësia për të dërguar mesazhe te një përdorues i vetëm ose te një grup i caktuar përdoruesish), ose përmes faqes së profilit personal të përdoruesit, në të cilën postimet mund të vendosen nga përdoruesi, por gjithashtu edhe nga përdoruesit e tjerë, nëse e lejojnë cilësimet individuale të përdoruesit.

Përmes cilësimeve të privatësisë të zgjedhura nga përdoruesi, përmbajtja e faqes së profilit të një përdoruesi mund të jetë e hapur vetëm për miqtë, për grupet e miqve, të gjithë personat e regjistruar në Facebook ose përdoruesit e paregjistruar që përdorin internetin. Natyra e rrjetit social Facebook nuk është as private e as publike. Cdo gjë varet nga përdoruesit specifikë dhe mënyra se si ata vendosin nivelin e privatësisë në profilin e tyre, ose drejtpërdrejt për postimet individuale. Një përdorues mund të komunikojë vetëm me një përdorues tjetër përmes këtij rrjeti dhe ky komunikim nuk do të shihet apo ndikohet nga përdoruesit e tjerë. Një komunikim i tillë është privat në thelb, edhe pse realizohet përmes një rrjeti social të përdorur nga një miliard përdorues, ashtu si edhe komunikimi me e-mail mes dy personash nëpërmjet e-mail si www.gmail.com ose www.seznam.cz, mund të konsiderohet privat. Megjithatë, një përdorues i rrjetit social Facebook ka gjithashtu aftësinë për ta bërë profilin e tij plotësisht publik dhe për pasojë të arritshëm nga të gjithë përdoruesit e rrjetit social Facebook dhe të gjithë përdoruesit e internetit. Ky opsion përdoret gjerësisht, për shembull, nga partitë politike, grupet e interesit, artistët, ofruesit e shërbimeve, tregtarët dhe të tjerë që përmes këtij rrjeti social, synojnë ta paraqesin veten para një numri sa më të madh të përdoruesve të internetit. Sidoqoftë, disa përdorues „normalë“ gjithashtu zgjedhin këtë cilësim, dhe nëse ata janë gjithashtu gjyqtarë, ata i nënshtrohen të njëjtave kufizime si për çdo fjalim publik.

Ne hasim një rrezik të caktuar etik, i cili mund të çojë në dyshime për paanësinë e një gjyqtari, kur vjen puna te të qenit „Shok“ në Facebook. Duke bërë një marrëveshje reciproke mbi përfshirjen në listën e tij/saj të „shokëve“, përdoruesi shpreh një dashamirësi (simpati) të caktuar ndaj atij personi. Problemi me një „shok“ të një gjyqtari mund të lindë në një situatë procedurale kur ai/ajo vendos mbi një rast në të cilin „shoku“ i tij është palë ose përfaqësues i njërit prej palëve në një proces gjyqësor. Një vend në listën e „shokëve“ mund të japë përshtypjen e një pozicioni të jashtëzakonshëm për „shokun“ e gjyqtarit, i cili gjithashtu mund të ndikojë te gjyqtari në vendimmarrjen e tij/saj gjyqësore.

Sidoqoftë, mbi natyrën e „miqësisë“ mund të thuhet se ky koncept nuk mund të identifikohet me miqësinë normale. Kjo e fundit është një marrëdhënie më e thellë që shfaqet nëpërmjet kontaktit të rregullt personal, kalimit të kohës së lirë në pushime të përbashkëta, vizitave reciproke, etj. Si rrjedhojë, nuk është e mundur të thuhet se në të gjitha rastet një „miqësi“ në Facebook dëshmon anësinë e një gjyqtari (në këtë drejtim, nuk mund të bëhen përgjithësime, çdo gjë do të varet nga rasti specifik dhe faktet e një rasti të veçantë).

Në lidhje me Facebook, si edhe me rrjetet e tjera sociale, duhet të theksohet se kontaktet në to nuk mund të konsiderohen dypalëshe në kuptimin strikt të fjalës. „Shokët“ në këto rrjete ndërtojnë rrjetin e tyre të kontakteve, duke ndarë postimet që ata i kanë ndarë tashmë. Prandaj një gjyqtar nuk mund të jetë kurrë i sigurt se ku do të shfaqet postimi i tij, edhe pse ai fillimisht e ka ndarë atë vetëm me një pjesë të kufizuar të kontakteve të tij/saj.

Problemi me Facebook-un mund të jetë edhe ndarja e të dhënave, në rastet kur përdoruesit e tjerë ndajnë postimet e tyre në faqen e një gjyqtari, në mënyrë që të ndikojnë në vendimmarrjen e këtij të fundit (p.sh. artikuj që lidhen me një çështje aktuale). Çdo përgjigje pozitive e gjyqtarit ndaj një materiali të tillë, do të ishte krejtësisht e papërshtatshme. Opsioni ”Pëlqej” në Facebook mund të përshkruhet si një shprehje e simpatisë, dashamirësisë ose dakordësisë tuaj ndaj një postimi, komenti, fotoje, videoje, profili, aplikacioni ose përbërësve të tjerë të Facebook. Ky „pëlqim“ është (mund të jetë) e dukshme për të tjerët, dhe një gjyqtar duhet të përmbahet në këtë drejtim, pasi duke shprehur mbështetjen e tij ose të saj, ai/ajo mund të japë përshtypjen se është në anën e palës në një proces gjyqësor ose përfaqësuesve të saj.

Natyrë e rrjetit social Twitter është e ndryshme në krahasim me rrjetin Facebook. Twitter është menduar për komunikim publik që synon një numër të papërcaktuar marrësisht. Për këtë arsye, ky rrjet ka të njëjtat kufizime për gjyqtarët si ato për çdo fjalim publik. „Pëlqimi“ është i mundur edhe në këtë rrjet.

Të gjitha sa më sipër janë të vërteta edhe nëse një gjyqtar shfaqet në rrjetet sociale në mënyrë anonime, domethënë jo me emrin e tij (vështirë se do të ishte një argument i qëndrueshëm nëse, për shembull, paanshmëria e një gjyqtari do të mund të vihej në dyshim vetëm kur identiteti i gjyqtarit ishte i njohur, domethënë, ai nuk mbron opinionet që i ka publikuar tashmë ose i mbron ato vetëm nën mbulesën e anonimitetit ose një identiteti të rremë). Do të ishte e nevojshme që situata ku gjyqtari në fjalë argumenton mbi rolin e tij si gjyqtar, të përcaktohej si një qasje absolutisht e papërshtatshme.

Sigurisht nuk ka nevojë të theksohet se çdo formulim i keq-menduar i mendimeve të një gjyqtari (teprime të ndryshme gjuhësore ose vulgaritete) në fjalimet e tij publike dëmton dinjitetin e gjyqtarëve, dhe forma të tilla të fjalës duhet të shmangen nga çdo gjyqtar. Forma të tilla të papërshtatshme të të folurit duhet të përfshijnë gjithashtu shprehje satirike dhe kritikë ironike për gjithçka dhe çdo gjë. Nëse një gjyqtar përdor mjete të tilla shprehëse në paraqitjet e tij publike, ai domosdoshmërisht duhet të presë që të ballafaqohet në të njëjtin stil, dhe kështu të nënçmohet. Nëse ndodh një ndërveprim i tillë publik, dinjiteti i gjyqtarit në fjalë (me ndikim indirekt në të gjithë komunitetin e gjyqtarëve) dhe ndoshta paanshmëria e tij, dëmtohen.

Dinjiteti i funksionit të gjyqtarit prek jo vetëm gjyqtarin e veçantë, por të gjithë komunitetin gjyqësor. Nëse një gjyqtar nuk e mbron këtë dinjitet, ai dëmton jo vetëm veten, por edhe të gjithë gjyqësorin, sepse drejtësia duhet të jetë mbi të gjitha e besueshme. Nëse komprometohet besimi në sistemin gjyqësor, nuk mund të pritret që publiku të vërë në zbatim dhe të pranojë vendimet e gjyqtarëve. Po ashtu, pa këtë besim, parimet e shtetit ligjor nuk mund të përmbushen. Shih gjithashtu konstatimin e Gjykatës Kushtetuese ref. I. ÛS 2617/15, datë 5 Shtator 2016³⁷.

Përfundime mbi aktivitetet e një gjyqtari në rrjetet sociale

- (1) Të gjitha shprehjet e një gjyqtari (kontribute, komente, fotografi, etj.) duhet të ruajnë dinjitetin e funksionit të gjyqtarit dhe nuk duhet të hedhin asnjë dyshim mbi paanshmërinë ose pavarësinë e tij.
- (2) Një gjyqtar nuk duhet të vendosë marrëdhënie të tilla që mund të krijojnë përshtypjen se ato mund të ndikojnë në vendimmarrjen e gjyqtarit.
- (3) Gjyqtari nuk komenton mbi çështjet në gjykim.
- (4) Gjyqtari nuk jep këshilla juridike.
- (5) Një gjyqtar shmang vlerësimet politike (përfshirë, për shembull, mbështetjen për një kandidat të veçantë për një funksion politik, nuk i „pëlqen“ partitë ose lëvizjet politike, nuk komenton çështje politike të diskutueshme, përveç nëse ato kanë të bëjnë me drejtësinë).
- (6) Një gjyqtar duhet të ketë parasysh se ai kurrë nuk mund të jetë i sigurt se ku do të shfaqet komunikimi i tij, edhe nëse fillimisht i ishte drejtuar vetëm një numri të kufizuar të personash.

Pragë, 24 maj 2017

Kryetarja e Gjykatës së Etikës të Unionit Gjyqësor JUDr. Ladislav Derka

³⁷ “Detyra kryesore e cdo gjyqtari është të mbrojtë të drejtat dhe liritë themelore (Neni 4 i Kushtetutës) dhe të vendosë në përputhje me parimet bazë të një vendi demokratik të qeverisur nga parimi i shtetit ligjor (Neni 1(1) i Kushtetutës). Nëse me komentet e tij, një gjyqtar do të vinte në diskutim këto vlera themelore, ai do të vinte në diskutim detyrat e tij/të saj bazë dhe nuk do të mund të siguronte besimin e publikut. Për këtë arsye, gjyqtari ka një detyrim besnikërie në lidhje me këto vlera themelore, detyrim i cili e kufizon atë në ushtrimin e lirisë së tij/saj të shprehjes”.

LISTA E OPINIONEVE, RREGULLAVE DHE STANDARDEVE KOMBËTARE DHE NDËRKOMBËTARE, NË LIDHJE ME MEDIAT SOCIALE

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





Ky projekt u bë i mundur me grantin dhe mbështetjen e vazhdueshme të Byrosë për Çështjet Ndërkombëtare të Lëndëve Narkotike dhe Zbatimit të Ligjit (INL), pranë Departamentit Amerikan të Shtetit.



CEELI Institute

Villa Grébovka

Havlíčkovy Sady 58

120 00 Prague

Czech Republic

www.ceeliinstitute.org

office@ceeli.eu