

Принципи Міжнародної асоціації юристів (ІВА) щодо поведінки в соціальних мережах для юридичних професій

Прийнято 24 травня 2014 року Міжнародною асоціацією юристів

ВСТУП

Ці принципи розроблені з метою сприяння асоціаціям адвокатів та регуляторним органам по всьому світу впроваджувати настанови для юридичної професії щодо поведінки в соціальних мережах, які відповідатимуть правилам професійної етики та морально-етичним нормам. Ці норми є вкрай важливими, адже соціальні медіа слугують майданчиком, завдяки якому, зокрема, правники можуть сприяти здійсненню ефективного правосуддя шляхом залучення до обговорення широких верств населення. Соціальні медіа надають доступ до безмежної аудиторії та відкривають нові інструменти, такі як моніторинг правових змін у режимі реального часу та можливість їх обговорення з колегами в усьому світі. Ці ж якості також вказують на те, що соціальні медіа можуть бути використані неналежним чином, що може нести за собою дисциплінарну відповідальність. Тож соціальні медіа варто використовувати так, щоб це не шкодило професійним зобов'язанням адвоката та, у більш ширшому сенсі, здійсненню ефективного правосуддя загалом.

У лютому 2012 року нормотворча група Міжнародної асоціації юристів (надалі — Нормотворча група) оприлюднила звіт під назвою «Вплив соціальних мереж на юридичну професію та практику», який став результатом глибокого міжнародного дослідження, реалізованого місцевими асоціаціями юристів. З повним текстом звіту можна ознайомитися на офіційному сайті Міжнародної асоціації юристів www.ibanet.org. Більше 90% респондентів висловилися на користь існування загальних правил поведінки в соціальних мережах для юридичної спільноти на рівні місцевих асоціацій адвокатів та правничих співтовариств або ж на рівні Міжнародної асоціації юристів.

У відповідь на такі результати Нормотворча група та представники Комітету з політики, який діє у структурі Комісії з юридичних питань, сформуvalи робочу групу для розробки принципів, якими мають керуватися представники юридичної професії у використанні соціальних мереж. В їх основі закладена вимога застосувати високі стандарти поведінки (з якими юристи добре знайомі) до своєї діяльності в мережі, зберігаючи професійність, з метою зміцнення довіри до юридичної професії в суспільстві.

НАСТАНОВИ ДЛЯ АСОЦІАЦІЙ АДВОКАТІВ ТА РЕГУЛЯТОРНИХ ОРГАНІВ

Загальний коментар: соціальні медіа водночас відкривають нові можливості й несуть у собі ризики для юридичної професії. Ці настанови мають на меті застерегти асоціації адвокатів та регуляторні органи щодо викликів, які несуть соціальні мережі з метою сприяння та заохочення їх відповідального використання представниками юридичної спільноти. Міжнародна асоціація юристів переконана, що саме місцеві асоціації адвокатів та регуляторні органи найкраще обізнані з поточною ситуацією та потребами правничої професії у своїх юрисдикціях, зберігаючи баланс між цими потребами та наявними можливостями і ресурсами. Саме тому було виділено шість

базових принципів, які мають стати дороговказами для асоціацій адвокатів для подолання потенційних проблем у процесі використання соціальних мереж.

1. Незалежність

Професійна незалежність є невід'ємною частиною юридичної практики. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають гарантувати відсутність зовнішнього тиску на юристів, щоб вони могли залишатися незаангажованими, представляючи інтереси клієнтів.

Соціальні медіа створюють ситуації, у яких юристи можуть формувати видимі зв'язки з клієнтами, суддями та іншими юристами. Перед тим як вступати в онлайн відносини, юристи мають оцінити професійні наслідки публічної демонстрації зв'язку з клієнтом. Інформація та коментарі, які публікуються в мережі, мають зберігати незалежність професії у всіх її проявах, аналогічно тим, які діють в реальному житті.

2. Доброчесність

Від юристів очікується дотримання найвищих стандартів доброчесності у всіх публічних проявах, враховуючи також і поведінку у соціальних мережах. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають заохочувати юристів звертати увагу на наслідки, які може нести в собі поведінка в соціальних мережах для їх професійної репутації. Окрім цього, прояви в мережі важко контролювати. Наприклад, якщо негативна публікація щодо юриста набере поширення, нівелювати шкоду репутації та професійному реноме такого юриста вже буде дуже складно. Повідомлення та коментарі, які за своєю природою є непрофесійними або неетичними, можуть сколихнути довіру суспільства до юридичної професії, навіть якщо вони й були опубліковані в приватному контексті.

3. Відповідальність

Знати правила використання: більшість соціальних мереж мають специфічні налаштування конфіденційності, які поширюються на їх користувачів. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають заохочувати своїх членів застосовувати такі налаштування конфіденційності до всіх профілів у соціальних мережах, будь-то особистих чи професійних. Водночас, слід мати на увазі, що застосування налаштувань конфіденційності ще не гарантує збереження вашої інформації. Також юристам слід постійно нагадувати про важливість відповідального використання соціальних мереж з повним усвідомленням наслідків своїх дій (зазначаючи, що інформацію, яка публікується в мережі, може бути складно видалити назавсім), слідувати та постійно переглядати свою взаємодію з інформацією, опублікованою в мережі.

Використовувати свідомо: коли юристи демонструють себе в мережі у професійній якості, їх слова можуть розцінюватися як юридичні консультації, а дії сприйматися як такі, що породжують відносини радника та клієнта. У такому випадку юристи, які здійснюють приватну практику, та юридичні фірми можуть брати на себе відповідальність перед невизначеними третіми особами та консультувати з питань, що не відносяться до їх компетенції чи юрисдикції. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають нагадувати юристам про наслідки публікації дописів у мережі та заохочувати їх здійснювати попередній аналіз інформації, яку вони мають намір опублікувати, на предмет того, чи не буде вона розцінена як юридична консультація. Якщо говорити більш конкретно, асоціації адвокатів та регуляторні органи мають привертати увагу юристів до необхідності дотримання правил професійної етики, які діють у відповідній юрисдикції.

Дотримуватися належного використання: асоціації адвокатів та регуляторні органи мають нагадувати юристам про важливість оцінки тієї чи іншої соціальної платформи на предмет її адекватності та належності на основі аналізу її переважного використання та очікуваної цільової аудиторії. Як і в будь-якому друкованому тексті, в онлайн публікаціях складно передати емоцію та тон. Соціальні медіа є платформами для швидкого обміну інформацією та короткими повідомленнями серед широкої аудиторії. Те, що було опубліковано з гумором та без серйозних намірів, може бути сприйнято читачем, як справжня позиція автора з певного питання. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають нагадувати юристам про необхідність аналізу контексту, потенційної аудиторії та вірогідності неоднозначного чи неналежного сприйняття опублікованої інформації чи коментаря. За загальним правилом, юристи не повинні робити чи казати в мережі того, чого б вони не зробили чи не сказали б у реальному житті. Юристам варто також нагадувати про те, що неналежне використання соціальних мереж може призвести до скарг щодо дискримінації, шкоди честі та гідності, порушення конфіденційності приватного життя, а також скарг щодо вчинення наклепу, образи та інших правопорушень.

Дотримуватися законів та інших нормативних актів щодо реклами професійних послуг: законодавство та правила, які регулюють рекламу юридичних послуг, можуть впливати на використання соціальних мереж. Тож юристи мають дотримуватися всіх відповідних правил та обмежень як у реальному житті, так і онлайн.

Конфлікт інтересів: конфлікт інтересів не завжди обмежується представництвом інтересів певної сторони. Так, можуть виникати світоглядні конфлікти, які призводять до непорозумінь з клієнтами якщо не на етичному, то на політичному чи ідейному підґрунті. Юристи мають бути обережними та не публікувати свої думки з делікатних питань, які можуть суперечити позиціям, які сповідують клієнти.

4. Конфіденційність

Важливо зберігати довіру громадськості до юристів, які є носіями конфіденційної та особистої інформації. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають нагадувати юристам, що соціальні мережі не є належними платформами для роботи з клієнтськими даними або іншою конфіденційною інформацією, якщо лише вони не є повністю впевненими в тому, що така інформація захищена відповідно до своїх професійних, етичних та юридичних зобов'язань.

Окрім цього, асоціації адвокатів та регуляторні органи мають заохочувати юристів у їх діяльності в соціальних мережах розглядати питання конфіденційної інформації клієнта у більш широкому контексті. Наприклад, інформація про географічне розташування юриста може бути використана як доказ надання професійних послуг клієнту, який не має бажання розголошувати факт отримання юридичної допомоги. Навіть використання гіпотетичних питань та анонімних даних може ненавмисно викрити конфіденційну інформацію. Якщо говорити більш конкретно, вони мають наголошувати на необхідності дотримання правил професійної поведінки, які діють у відповідних юрисдикціях.

5. Зміцнення довіри до професії у суспільстві

Необхідно заохочувати правників однаково слідкувати за своєю поведінкою в мережі та реальному житті. У своїх проявах в онлайн мережі необхідно застосовувати запобіжники та обмеження, аналогічні тим, що діють у реальному житті, для підтримання образу професіонала, якому можна довірити конфіденційну

інформацію та який діє незалежно та неупереджено. Усі публікації мають бути правдивими та такими, що не вводять в оману.

За аналогією з реальним життям юристи мають свободу в особистому житті. Різниця полягає лише в тому, що в соціальних мережах приватне життя та стосунки стають відомі значно більшій кількості людей, що може характеризувати юриста в певний спосіб. Асоціації адвокатів та регуляторні органи неодмінно повинні пояснювати юристам зазначену специфіку та ризики, які можуть виникати внаслідок висвітлення в соціальних мережах інформації про своє особисте життя. Окрім цього, оскільки практика використання декількох соціальних мереж одночасно є досить поширеною, асоціації адвокатів та регуляторні органи мають нагадувати юристам проводити аналіз свого профілю в кожній із соціальних мереж: наскільки він відповідає образу того професіонала, якому клієнти можуть довірити ведення своїх справ.

6. Корпоративна політика

Коли юридична компанія починає використовувати певну соціальну мережу, всі співробітники мають бути поінформовані про правила та умови її використання. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають заохочувати юридичні фірми впроваджувати чіткі та ясні правила використання соціальних мереж. Ці правила повинні стати невід'ємною частиною трудових договорів та ввідного інструктажу персоналу, який має доповнюватися регулярними тренінгами та роз'ясненнями у випадку появи чи очікування нових ризиків у цьому зв'язку. Асоціації адвокатів та регуляторні органи мають час від часу оновлювати відповідні правила або випускати коментарі та роз'яснення до них.

Асоціації адвокатів та регуляторні органи повинні виступати за прийняття чітких настанов юридичними фірмами щодо того, чи можуть їх співробітники використовувати соціальні мережі у своїй професійній якості і якщо так, то в якому об'ємі та за якими правилами. Ефективна політика щодо соціальних медіа дозволяє транслювати онлайн виважену та цілісну картину діяльності компанії та допомагає слідувати правилам і вимогам, закріпленим у законах та інших нормативно-правових актах. Більш того, якщо співробітники мають можливість брати участь у реалізації політики фірми щодо соціальних медіа, асоціації адвокатів та регуляторні органи мають роз'яснювати межі між професійною та особистою інформацією, яка публікується в мережі.