

УДК 340.12:347.965.48

12.00.10 – судоустрій; прокуратура та адвокатура

ДЕОНТОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОВЕДІНКИ АДВОКАТА У

СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

DEONTOLOGICAL ASPECTS OF THE BEHAVIOR OF LAWYERS

IN SOCIAL NETWORKS

Осашова В. О.,

кандидат юридичних наук,

доцент кафедри підприємництва і права

Полтавської державної аграрної академії

Кальян О. С.,

кандидат юридичних наук,

професор кафедри підприємництва і права

Полтавської державної аграрної академії

Нікітенко А. В.,

здобувач вищої освіти спеціальності 081 Право

Полтавської державної аграрної академії

У статті досліджено деонтологічні аспекти поведінки адвоката у соціальних мережах, визначено можливості та загрози для формування його позитивного іміджу та впливу на адвокатську спільноту.

В інформаційному суспільстві бізнесмени використовують соціальні мережі як ефективний маркетинговий інструмент для просування своїх товарів та послуг, формування позитивного іміджу. Для адвокатів така платформа є також доступною та дієвою. При цьому слід дотримуватися певних нормативних та етичних обмежень. До потенційних можливостей соціальних мереж у роботі юристів слід віднести наступне:

- широко розповсюджені і розмивають кордони між кіберпростором та реальним світом;

- відкривають доступ до широкої аудиторії і ресурсів, наприклад, новинам законодавства онлайн, можливість прямого діалогу з колегами з

усього світу;

– є платформою, на якій можливо безкоштовно, але не без зусиль, сформувати позитивний імідж окремого юриста та професійної спільноти, залучити нових клієнтів.

Нормативне регулювання етичних норм спілкування адвокатів у інтернеті закріплене у новій редакції Правил адвокатської етики від 09.06.2017 р. Це документ містить ряд недоречностей та невизначеностей, які мають бути усунені.

Сформульовано рекомендації щодо спілкування адвокатів у соціальних мережах. Образ юриста в інтернеті має бути справжній і щирий. Тому писати слід не лише про роботу. Разом з тим не варто посвячувати підписників в особисте життя, регулярно викладати фото застіл та марнославні пости. Доречним буде прояв почуття гумору, що з точки зору маркетингу, працює ефективніше за нав'язливу рекламу юридичних послуг. Слід бути обережним при коментуванні резонансних подій. У спілкуванні необхідно уникати недоречного правозахисного пафосу.

Проте присутність у віртуальному просторі створює і серйозні загрози: поширення неправдивої, образливої інформації за допомогою фейкових акаунтів, тролінгу, спамінгу, флудінгу, що може зашкодити честі і діловій репутації юриста. Крім того адвокат має постійно слідкувати за якістю контенту, який від поширює, на відповідність етичним нормам.

Ключові слова: деонтологія, етичні норми адвоката, Правила адвокатської етики, соціальні мережі, адвокатська спільнота.

The article explores the deontological aspects of a lawyer's behavior on social networks, identifies opportunities and threats to shape his positive image and influence the advocacy community.

In the information society, businessmen use social networks as an effective marketing tool to promote their products and services, and to create a positive image. For lawyers, such a platform is also accessible and effective. However,

certain regulatory and ethical restrictions must be observed. Potential social networking opportunities for lawyers include the following:

- widespread and blurring the boundaries between cyberspace and the real world;
- open access to a wide audience and resources, for example, news of the legislation online, the possibility of direct dialogue with colleagues from all over the world;
- is a platform where it is possible, free of charge, but not effortlessly, to develop a positive image of an individual lawyer and the professional community, and attract new clients.

The legal regulation of ethical standards for the communication of lawyers on the Internet is enshrined in the new version of the Rules of Bar Ethics of 09.06.2017. This document contains a number of irregularities and uncertainties that need to be eliminated.

Recommendations have been formulated for advocacy communication on social networks. The image of a lawyer on the internet must be genuine and sincere. Therefore, you should not only write about work. However, it is not necessary to dedicate subscribers to your personal life, regularly post photos of feasts and vain posts. It would be appropriate to show a sense of humor that, in terms of marketing, works more effectively than intrusive advertising of legal services. Care should be taken when commenting on resonant events. Communication should avoid inappropriate human rights pathos.

However, the presence in the virtual space also poses serious threats: the dissemination of false, abusive information through fake accounts, trolling, spamming, fluding, which can damage the honor and business reputation of the lawyer. In addition, the lawyer should constantly monitor the quality of the content it disseminates for compliance with ethical standards.

Keywords: deontology, lawyer ethics, bar ethics rules, social networks, law community.

Постановка проблеми. Право мати думку та вільно її виражати, створювати та розповсюджувати інформацію є невідчужуваним правом людини, закріпленим у нормах міжнародного права та вітчизняному законодавстві. Стаття 34 Конституції України проголошує гарантування права на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. У той же час у ч. 3 згаданої статті наведено підстави обмеження цього права, до яких, зокрема, віднесено захист репутації або прав інших людей, запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, підтримання авторитету і неупередженості правосуддя. Належність до адвокатської спільноти як інституту громадянського суспільства, на який покладено обов'язок забезпечувати здійснення захисту, представництва і надання інших видів правової допомоги, передбачає наявність у членів цієї спільноти активної громадянської позиції, яку вони виражають публічно, зокрема, й через соціальні мережі. Останні наразі є ефективним засобом комунікації. Тому участь адвокатів у віртуальному просторі є, на нашу думку, бажаним та має вітатися органами адвокатського самоврядування.

Складаючи присягу адвоката, стаючи частиною адвокатської спільноти, особа добровільно погоджується на певні обмеження, передбачені для цієї професії. Тому адвокат має розуміти, що поведінка у соціальних мережах є одним з різновидів його публічної активності, а тому має відповідати певним вимогам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Деонтологічним аспектам присутності адвокатів у публічному просторі зверталися такі вчені-юристи як К. Арсеньєв, Н. Бакаянова, Є. Васьковський, Т. Варофоломеева, В. Гончаренко, І. Гессен, С. Іваницький, М. Некрасова, М. Погорецький, С. Прилуцький, О. Святоцький, О. Яновська та інші. Питання поведінки адвокатів у соціальних мережах стали центром уваги таких практиків та науковців як О. Гаєвський, В. Коломійчук, Д. Кухнюк, Я. Фляжнікова, О. Храпенко, О. Шевчук. Однак, враховуючи стрімкий розвиток інформаційних технологій та поширення інтернету та віртуального

середовища на особисте та професійне життя людини, проблема позиціонування адвокатів у соціальних мережах залишається малодослідженою і потребує поглибленого аналізу.

Метою статті є дослідження деонтологічних аспектів поведінки адвоката у соціальних мережах, визначення можливостей і загроз для формування його позитивного іміджу та впливу на адвокатську спільноту.

Виклад основного матеріалу. Формально усі адвокати є рівними, але на публічно відомих, тих, які на виду та на слуху, покладається більше відповідальності. Їх коментарі впливають на суспільну думку, формують уявлення про адвокатську спільноту в цілому.

В інформаційному суспільстві бізнесмени використовують соціальні мережі як ефективний маркетинговий інструмент для просування своїх товарів та послуг, формування позитивного іміджу. Для адвокатів така платформа є також доступною та дієвою, щоправда, слід зважати на консервативність професії та певні нормативні обмеження, наприклад, вимоги до рекламування адвокатської діяльності відповідно до ст. 13 Правил адвокатської етики (далі – Правила) [1].

В цілому до потенційних можливостей соціальних мереж у роботі юристів слід віднести наступне:

- широко розповсюджені і розмивають кордони між кіберпростором та реальним світом;
- відкривають доступ до широкої аудиторії і ресурсів, наприклад, новинам законодавства онлайн, можливість прямого діалогу з колегами з усього світу;
- є платформою, на якій можливо безкоштовно, але не без зусиль, сформувати позитивний імідж окремого юриста та професійної спільноти, залучити нових клієнтів.

Найбільш прискіплива увага суспільства та професійних юридичних спільнот прикута до акаунтів суддів. Саме їм слід проводити найбільш жорстку френд-політику у соцмережах. На друге місце ми б віднести

працівників прокуратури. Дещо меншу зарегламентованість щодо свого позиціонування у віртуальному просторі мають адвокати.

Нормативне врегулювання етичних норм спілкування адвокатів у інтернеті з'явилося з новою редакцією Правил адвокатської етики 09.06.2017 р. Чотири статті, розміщені у розділі VIII «Дотримання норм адвокатської етики при використанні мережі Інтернет», визначають принципи поведінки адвокатів у соціальних мережах, такі як: незалежності, професійності, відповідальності, чесності, стриманості та коректності, гідності, недопущення будь-яких проявів дискримінації, толерантності та терпимості, корпоративності та збереження довіри суспільства, конфіденційності [1]. Науковці та практики відзначають вплив на нову редакцію Правил Міжнародних принципів поведінки в соціальних мережах для юридичних професій (IBA International Principles on Social Media Conduct for the Legal Profession), прийнятих Радою Міжнародної асоціації юристів 24.05.2014 р. [2], подібних роз'яснень Американської асоціації адвокатів (American Bar Association) 2015 року під назвою «Адвокатська етика та соціальні медіа» (Attorney Ethics & Social Media) [3] та Правил поведінки адвокатів в інформаційно-комунікаційній мережі «Інтернет», затверджені рішенням Ради Федеральної палати адвокатів Російської Федерації від 28.09.2016 р. [4]. Так Д. Кухнюк вважає недоречними запозичення з Правил ФПА РФ положення про те, що адвокатам у соціальних мережах, інтернет-форумах та інших формах спілкування в мережі Інтернет необхідно з розумною стриманістю і неухильним дотриманням принципів та норм професійної поведінки адвокатів і традицій української адвокатури ставитися до підписання колективних листів та звернень, а також до участі в інших колективних акціях [5].

Прийняття чинної редакції Правил передувало активне обговорення професійною спільнотою необхідності такої регламентації взагалі. Валентин Гвоздій (заступник Голови Національної асоціації адвокатів України, адвокат) звертав увагу на тому факті, що дух Правил передбачає

неможливість виходити за рамки закону і корпоративного етичного кодексу адвокатом. Виходячи з перспективи входження НААУ до Ради адвокатських асоціацій і правових спільнот Європи та нелояльного ставлення європейської практики до некоректних висловлювань адвокатів, підтримки законослухняності, культури і високого ступеня відповідальності, В. Гвоздій пообіцяв порушити питання щодо вивчення сучасної практики та розгляду внесення доповнень до Правил [6]. На думку адвокатів Ігоря Голованя та Ксенії Проконової жодних окремих етичних норм стосовно спілкування у соціальних мережах запроваджувати не варто [6]. Андрій Циганков (голова Комітету з питань адвокатської етики НААУ, адвокат) вважав за необхідне відповідне унормування Правил. Адвокат Олексій Шевчук зауважував, що внесення змін до Правил щодо поведінки адвокатів у соціальних мережах є вкрай необхідним, хоча й вимушеним кроком [6]. При цьому юрист залишається вірним думці щодо необхідності створення реєстрів та підтвердження профілів адвокатів задля уникнення ситуацій з обвинуваченнями при створенні фейкових акаунтів. Фейсбук, за словами О. Шевчука, дозволяє зловживати віртуальністю, тому що вона не тягне за собою реальної відповідальності. Іноді з ФБ-постів виходить ідеальний інструментарій для цькування, заподіяння шкоди професійній і діловій репутації, некоректні звинувачення і маніпуляції. Слід лише додати до Єдиного реєстру адвокатів України ще одну графу до профайлу кожного адвоката щодо персональної сторінки у соціальних мережа, що цілком корелює з нормою ст. 17 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», якою встановлено обов'язок Ради адвокатів України забезпечити ведення Єдиного реєстру адвокатів України. На думку О. Шевчука вказані вище дії дозволять без жодних витрат надати можливість потенційним клієнтам чітко ідентифікувати користувачів відповідних сторінок у соцмережах як адвокатів [7]. Помічник адвоката В'ячеслав Коломійчук акцентує на необхідності удосконалення ідентифікації порушника шляхом розробки методичних рекомендацій встановлення належності акаунту, опису

алгоритму, здатного вказати на неналежність публікації / поста / твіта / коментаря та/або акаунту певній особі [8].

Аналізуючи нову редакцію Правил науковці та практики звертають увагу не їх недосконалості. Наприклад, відповідно до ст. 57 Правил адвокат може розміщувати, коментувати лише ту інформацію, використання якої не завдає шкоди авторитету адвокатів та адвокатури в цілому. Дискусійним у такому контексті видаються критерії визначення поняття такого авторитету, що не закріплені на законодавчому рівні, а тому є оціночними, та розмір завданої шкоди [8; 5].

На думку адвоката та науковця Дмитра Кухнюка ч. 2 ст. 57 Правил суперечить Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», оскільки містить імперативну норму щодо зобов'язань адвоката час користування соціальними мережами, інтернет-форумами та іншими формами спілкування в мережі Інтернет дотримуватися професійних обов'язків, встановлених рішеннями З'їзду адвокатів України та Ради адвокатів України. У той же час п. 1 та 6 ч. 1 ст. 21 згаданого Закону передбачає обов'язок дотримання присяги адвоката України та виконання рішень органів адвокатського самоврядування. Дозволимо собі не погодитися в паном Дмитром, оскільки ст. 46 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» дає доволі чіткий перелік організаційних форм адвокатського самоврядування, до яких, зокрема, належать Рада адвокатів України і з'їзд адвокатів України. Також Д. Кухнюк звертає увагу на те, що принципи адвокатської етики, визначені у ст. 6-13 Правил збігаються з принципами поведінки адвокатів у соціальних мережах (с. 57 Правил) лише у двох позиціях – незалежність та конфіденційність. З вищезазначеного науковець робить логічний умовивід, що принципів професійності, відповідальності, чесності, стриманості та коректності, гідності, недопущення будь-яких проявів дискримінації, толерантності і терпимості, корпоративності та збереження довіри суспільства адвокати мають дотримуватися лише у «віртуальному житті» [5].

Роман Пірогов (управляючий партнет Nasonov,Pirogov&Partners) вважає, що образ юриста в інтернеті має бути справжній і щирий. Тому писати слід не лише про роботу. Разом з тим не варто посвячувати підписників в особисте життя, регулярно викладати фото застіл та марнославні пости. Юрист вважає, що доречним буде також прояв почуття гумору, що з точки зору маркетингу, працює ефективніше за нав'язливу рекламу юридичних послуг. При цьому Роман звертає увагу на необхідності бути обережним при коментуванні резонансних подій [9]. Станіслав Солнцев (управляючий партнер ЮФ Солнцев и партнери) зізнається, що співробітники його фірми виходять у віртуальний простір неохоче, хоча нових надійних клієнтів сьогодні приводять саме соцмережі. Слід також зазначити, що з такими клієнтами практично не виникає спорів щодо вартості послуг, оскільки вони заздалегідь розуміють до кого і навіщо звертаються [9]. За словами Іллі Новікова (адвоката українських моряків та Надії Савченко) правозахисний пафос доречний рідше, ніж здається: «Формулювання «відстояти права мого довірителя», «обурливе беззаконня», «ми будемо оскаржувати аж до ЄСПЛ» тощо дивно виглядають у розповіді про стягнення аліментів» [9].

Ярослава Фляжнікова зазначає про важливість використання соціальних спільнот не лише для професійної діяльності правників, а й для пересічних користувачів. Позаяк суспільство отримає можливість підвищити правову грамотність населення, молодий правник – можливість розвиватися, досвідчений юрист – удосконалити свій професійний рівень [10, с. 126].

При наявності великої кількості позитивних можливостей, які відкриваються перед адвокатами у соціальних мережах, не слід забувати й про загрози. За словами Олексія Гаєвського (адвокат, м. Київ), інтернет-простір – це вільний майданчик для наклепу і підроблених новин, які можуть нанести професійний шкоди адвокатському імені [11]. Ніхто не застрахований від створення від його особи фейкового облікового запису адвоката чи ж цілої адвокатської спільноти з метою чорного піару, тролінгу,

спамінгу, флудінгу, розповсюдження неправдивої інформації, здатної зганьбити або іншим способом зашкодити честі і діловій репутації юриста. Приєднуємо до думки більшості дослідників, зокрема й до адвоката та науковця О. О. Храпенко, що норми, які регулюють активність адвокатів у мережі Інтернет, слід ще вдосконалювати, а саме щодо притягнення до відповідальності адвокатів за неетичну поведінку [12, с. 55].

Також слід бути обережними при консультування в мережі, оскільки правова інформація застаріває достатньо швидко, що несе ризики бути неправильно зрозумілим третіми особами, що будуть знайомитися з постами через певний проміжок часу.

Часто доводиться спостерігати, як емоції беруть верх, професійні обговорення переходять у конфлікти, наносячи тим самим подвійний удар – по реноме адвоката та адвокатській спільноті. Тому не варто піддаватися на провокаційні висловлювання на свою адресу, відповідати на образливі коментарі, щоб не бути втягнутим у судову тяганину та справи щодо дисциплінарної відповідальності.

Один некоректний коментар або кумедний перепост може серйозно вдарити не лише по репутації юриста, але й фірми, в якій він працює. Розміщуючи у соціальній мережі пост, адвокат повинен постійно переглядати коментарі та відгуки під ним, аби переконатися, що коментарі інших осіб не порушують норм етики та моралі. При виявленні подібного коментаря, необхідно його видалити або приховати. При неможливості вчинити зазначені вище дії – звернутися до автора. За відсутності позитивної реакції коментатора – поскаржитися до адміністраторів групи чи соціальної мережі.

Оптимальний варіант – викладати пости виключно на професійну тематику, а задля привернення уваги потенційних клієнтів використовувати мультимедійні матеріали (опитувальники, фотографії, інфографіку, відеоролики). У користувачів соцмережі та підписників дописувача така інформація буде асоціюватися в першу чергу з компанією, на якій працює автор, та в цілому із адвокатською спільнотою.

Висновки. На підставі вищевикладеного зазначимо, що присутність адвоката у соціальних мережах в сучасному світі є не просто бажаною, а необхідною. Вона дає можливість сформувати позитивний імідж компетентного фахівця та перенести його на адвокатську спільноту в цілому. Проте присутність у віртуальному просторі створює і серйозні загрози: поширення неправдивої, образливої інформації за допомогою фейкових акаунтів, тролінгу, спамінгу, флудінгу, що може зашкодити честі і діловій репутації юриста. Крім того адвокат має постійно слідкувати за якістю контенту, який від поширює, на відповідність етичним нормам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Правила адвокатської етики затверджені Звітно-виборним з'їздом адвокатів України 2017 року від 09.06.2017 р. URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/legislation/pravila/2017-06-09-pravila-2017_596f00dda53cd.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

2. Принципи Міжнародної асоціації юристів (ІБА) щодо поведінки в соціальних мережах для юридичних професій від 24.05.2014 р. URL: http://tomorrowlawyer.org/wp-content/uploads/2017/10/IBA-International-Principles-media_ukr.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

3. Attorney Ethics & Social Media. Chicago, 2015. 7 р. URL: https://www.americanbar.org/content/dam/aba/administrative/state_local_government/EthicalConsiderationJulieTappendorf.authcheckdam.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

4. Правила поведення адвокатов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», утверждённые решением Совета ФПА РФ от 28.09.2016 г. URL: https://fparf.ru/documents/fpa-rf/the-documents-of-the-council/rules-of-conduct-for-lawyers-in-the-information-telecommunication-network-internet/?sphrase_id=7443 (дата звернення: 20.12.2019).

5. Кухнюк Д. Професійна етика у віртуальному просторі. *Юридична газета Online* від 27.04.2019. № 17-18. URL: <http://yur->

gazeta.com/publications/practice/inshe/profesiyna-etika-u-virtualnomu-prostori.html (дата звернення: 20.12.2019).

6. Адвокатская этика и соцсети: нужно ли урегулировать вопрос? URL: https://jurliga.ligazakon.net/analytics/145401_advokatskaya-etika-i-sotsseti-nuzhno-li-uregulirovat-vopros (дата звернення: 20.12.2019).

7. Правдін І. Олексій Шевчук: потрібно запроваджувати фейсбук-ідентифікацію адвокатів. *Вектор Ньюз «НОВИНИ»*. Політика та право від 11.12.2016 р. URL: <https://www.vectornews.net/news/politics/21456-oleksy-shevchuk-potrbno-zaprovadzhuvati-feysbuk-dentifkacyu-advokatv.html> (дата звернення: 20.12.2019).

8. Коломійчук В. Адвокатська етика в мережі Інтернет: проблемні питання. URL: <https://blog.liga.net/user/vkolomiychuk/article/30605> (дата звернення: 20.12.2019).

9. Малаховский А. Адвокат, инхаус, судья: чего нельзя в соцсетях. URL: https://pravo.ru/story/212756/?desc_tv_1&fbclid=IwAR2kdeAB723oNVynkPpcrwGoIsXZpsM_le2viov8UcMA5sq7xD9GBE15gZE (дата звернення: 20.12.2019).

10. Фляжнікова Я. Адвокаты в социальных сетях. Етико-деонтологічний аспект. *Visegrad Journal on Human Rights*. 2017. Part 1. Issue 1. С. 123-127. URL: http://vjhr.sk/archive/2017_1/part_1/24.pdf (дата звернення: 20.12.2019).

11. Гаевский А. Адвокатская этика в социальных сетях. URL: <https://gaevsky.org.ua/2018/03/06/advokatskaya-etika-v-sotsialnyih-setyah/> (дата звернення: 20.12.2019).

12. Храпенко О. О. Дотримання адвокатами Правил адвокатської етики на телебаченні та в мережі Інтернет. *Вісник одеської адвокатури*. 2019. Спеціальний випуск «Адвокатська етика». С. 53-55. URL: http://unba.odessa.ua/wp-content/uploads/2019/06/voa-AE-2019-OBL_.pdf (дата звернення: 20.12.2019).