

ЕТИКА АДВОКАТА ПРИ СПІЛКУВАННІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ І ВИКОРИСТАННІ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Демянюк Дар'я Леонідівна,

студентка 3 курсу, гр. БП-21

Київський національний університет технологій та дизайну

*Науковий керівник: д.ю.н., професор, завідувач кафедри приватного та
публічного права інституту права та сучасних технологій Оніщук Ю.В.*

м. Київ, Україна

У сучасному житті кожен цивілізовану людину оточує світ сповнений новітніми технологіями, безмежний інформаційний простір неодмінно має впливати на наше повсякденне життя, такий важливий ресурс як Інтернет забезпечує людину можливістю спілкуватися, розважатися, купувати товари та надавати послуги онлайн. Важко знайти людину, яка б не була зареєстрована хоча б в одній соціальній мережі, це не тільки простір для зв'язку з іншими людьми, можливість слідкувати за всіма важливими подіями у світі, а ще й професійна необхідність. Соціальні мережі активно використовують для реклами та надання різноманітних послуг, починаючи від косметичних до освітніх, і, звісно, сучасні адвокати також користуються цим ресурсом для надання юридичних консультацій та презентації своїх послуг потенціальному клієнтам, а відтак постає питання за якими правилами необхідно здійснювати свою діяльність, щоб вона мала великі рейтинги та приносила значний дохід, не порушуючи при цьому принципів адвокатської етики, оскільки цей вид роботи має дуже тісний зв'язок з особистим життям адвоката.

Адвокатська спільнота повинна правильно реагувати на новітні виклики онлайн-комунікацій, так ст. 57 ПАЕ до допускає участь адвоката у соціальних мережах (Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google Plus+, Tumblr, Instagram, Flickr, MySpace та інших), Інтернет-форумах та інших формах спілкування в мережі Інтернет, втім адвокат може

розміщувати, коментувати лише ту інформацію, використання якої не завдає шкоди авторитету адвокатів та адвокатури в цілому [2].

Отже, допустимість визначається виключно на основі оціночних понять та залежить від розсуду органів, наділених правом офіційного тлумачення ПАЕ та дисциплінарними повноваженнями.

Слушно є позиція В. Коломійчука, що «дискусійним є питання об'єктивності критеріїв визначення поняття вищевказаного авторитету, критеріїв та розміру завдання шкоди. Варто констатувати, що поняття авторитету адвокатів та адвокатури відсутнє як в законодавстві, так і актах адвокатського самоврядування. Не зрозумілим також є механізм визначення шкоди, яка завдана публікацією (постом, твітом, коментарем в Інтернеті) [5].

Відсутність законодавчого визначення поняття «авторитету адвокатури», «авторитету адвоката» дозволяє довільне тлумачення уповноваженим органом конкретного випадку, тому ця норма потребує удосконалення. Професійні обов'язки, які встановлені законодавством України, Правилами адвокатської етики (ПАЕ), рішеннями З'їзду адвокатів України та Ради адвокатів України, мають обов'язковий характер для адвокатів під час користування соціальними мережами, інтернет-форумами та іншими засобами спілкування в мережі Інтернет. Це означає, що адвокати повинні дотримуватися цих правил та нести відповідальність за їх порушення. Згідно з частиною 3 статті 57 ПАЕ, використання адвокатами соціальних мереж, інтернет-форумів та інших інтернет-засобів спілкування має відповідати таким принципам.

Незалежність: адвокати повинні залишатися незалежними під час використання соціальних мереж.

Принцип незалежності визначає, що соціальні медіа створюють ситуації, в яких адвокати можуть формувати видимі зв'язки з клієнтами, суддями та іншими юристами. Перед тим як вступати в онлайн-відносини, юристи повинні оцінити професійні наслідки публічної демонстрації зв'язку з клієнтом. Інформація та коментарі, які публікуються в мережі, мають

зберігати незалежність професії в усіх її проявах, аналогічно до тих, які діють в реальному житті.

Професіоналізм: вони мають проявляти професіоналізм та високий рівень компетенції.

Відповідальність: адвокати несуть відповідальність за свої дії та висловлювання в інтернеті.

Принцип відповідальності полягає у відповідальному використанні соціальних мереж, зокрема: знання правил використання мереж, специфічних налаштувань конфіденційності та повне усвідомлення наслідків своїх дій незалежно від цих налаштувань; свідоме використання мереж, що полягає у дотриманні правил професійної етики, які діють у відповідній юрисдикції; дотримання належного використання мереж, зокрема аналізу контексту, потенційної аудиторії та вірогідності неоднозначного чи неналежного сприйняття опублікованої інформації або коментаря; дотримання законів та інших нормативних актів щодо реклами професійних послуг з додержанням всіх відповідних правил та обмежень як у реальному житті, так і онлайн;

Чесність: їхні висловлювання та дії повинні бути чесними та правдивими.

Стосовно принципу доброчесності вказано, що від юристів очікується дотримання найвищих стандартів доброчесності в усіх публічних проявах, враховуючи поведінку в 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 того, прояви в мережі важко контролювати. Наприклад, якщо негативна публікація щодо юриста набере поширення, нівелювати шкоду репутації та професійному реноме такого юриста буде дуже складно. Повідомлення та коментарі, які за своєю природою є непрофесійними або неетичними, можуть сколихнути довіру суспільства до юридичної професії, навіть якщо вони були опубліковані у приватному контексті.

Стриманість та коректність: Вони повинні дотримуватися стриманості та коректності у взаємодії з іншими користувачами мережі.

Гідність: гідність адвокатів має залишатися непорушною у всіх ситуаціях.

Недопущення дискримінації: адвокати повинні уникати будь-яких проявів дискримінації.

Толерантність та терпимість: вони мають бути толерантними та терпимими у взаємодії з різними користувачами.

Корпоративність та довіра суспільства: адвокати повинні підтримувати корпоративні стандарти та зберігати довіру суспільства.

Принцип корпоративної політики полягає в поінформованості всіх співробітників юридичних компаній про чіткі та зрозумілі правила й умови користування соціальними мережами у разі їх корпоративного використання, запровадження ефективної корпоративної політики щодо соціальних мереж з метою трансляції онлайн виваженої та цілісної картини діяльності компанії, відповідно до правил і вимог, закріплених у законах та інших нормативно-правових актах [7].

Конфіденційність: засада конфіденційності має бути дотримана у всіх відносинах в мережі Інтернет.

Принцип конфіденційності полягає в усвідомленні, що соціальні мережі не є належними платформами для роботи з клієнтськими даними або іншою конфіденційною інформацією. Необхідно розглядати питання конфіденційної інформації клієнта у більш широкому контексті.

Зазначена поведінка адвокатів в Інтернеті повинна відповідати таким самим засадам та принципам, як і їх поведінка у реальному житті. Це важливо для збереження високого стандарту професійної практики і етичних норм в адвокатурі.

З аналізу розділу VIII Правил можна виділити наступні критерії, якими має керуватися адвокат при здійсненні діяльності у соціальних мережах, отже адвокат: повинен дотримуватись своїх професійних обов'язків,

передбачених чинним законодавством України; може розміщувати, коментувати лише ту інформацію, використання якої не завдає шкоди авторитету адвокатів та адвокатури в цілому; при використанні соціальних мереж має відповідати принципам незалежності, професійності, відповідальності, чесності, стриманості та коректності, гідності, недопущення будь-яких проявів дискримінації, толерантності та терпимості, корпоративності та збереження довіри суспільства, конфіденційності; повинен враховувати параметри конфіденційності спілкування в мережі-Інтернет, якщо вони були порушені, то негайно їх виправити; має обережно відноситись до коментарів, які можуть відображати позицію, що протилежна позиції клієнта; зобов'язаний виключити можливість виникнення конфлікту інтересів при встановленні контактів та спілкування у соціальних мережах та інші [3].

Інформація, розміщена на сторінці адвоката в соціальній мережі, може оцінюватися як реклама. Так, якщо адвокат розміщає інформацію, яка містить ґрунтовний опис галузей права, у яких він практикує, то в його профілі повинно зазначатися «Адвокатська реклама». У випадку поширення дописів щодо: попереднього позитивного адвокатського досвіду; порівняння з діяльністю інших адвокатів; опис якості юридичних послуг; відгуки клієнтів та інші, тоді адвокат повинен розмістити застереження «Успіхи на попередніх місцях роботи не гарантують такого ж результату у майбутньому». Адвокатам не може рекламувати правничу діяльність у соціальних мережах, використовуючи дефініцію «фахівець у певній галузі», якщо не отримав сертифікат відповідної акредитованої інституції .

Використання інформації, розміщеної в соціальних мережах, у професійних цілях. Етичні правила дозволяють адвокату використовувати у професійній діяльності інформацію, що доступна усім користувачам соціальних мереж, у тому числі, як докази у суді. Втім, якщо особа обмежила доступ до інформації на власній сторінці, адвокат повинен запросити у неї дозвіл для ознайомлення та подальшого використання такої інформації. При

цьому юрист має використовувати свій особистий профіль зі зазначенням повного імені та прізвища. З метою отримання певної інформації забороняється створення та використання «фейкової» сторінки, а також на вимогу особи адвокат зобов'язаний надати додаткову інформацію або ж обґрунтовано відмовити у її наданні.

Адвокат і клієнт в соціальних мережах. Адвокат має право надавати поради клієнту не тільки щодо його поведінки під час офіційних процедур (як допити чи судове засідання), втім й до поведінки у довільний час, зокрема у соціальних мережах (змінити налаштування приватності профілю; опублікувати чи видалити пост до початку/під час/після завершення провадження у справі, якщо такі зміни не суперечать законодавству або рішенню суду; порадити опублікувати пост, який стосується справи, якщо він абсолютно впевнений, що така інформація є достовірною). Приміром рекомендації нью-йоркським адвокатам містять положення про те, що листування адвоката з клієнтом у соціальних мережах може фіксуватися за допомогою «скріншотів» й надаватися суду у роздрукованому вигляді в якості доказу.

Справді, розвиток суспільства і технологій призводить до появи нових форм комунікації, і головним інструментом в цьому процесі на сьогодні є мережа Інтернет. Якісне управління соціальними мережами та використання інших інтернет-засобів спілкування можуть принести адвокатам численні переваги в їх професійній діяльності. Але важливо пам'ятати, що професія адвоката має свої особливості, а завдання адвоката включають дотримання загальних етичних та деонтологічних норм. Ця професія тісно пов'язана з суспільством і може потребувати встановлення обмежень для збереження конфіденційності та відповідності етичним стандартам при розміщенні інформації в Інтернеті.

Список використаних джерел:

1. Дядик В.О. Етика адвоката при спілкуванні в соціальних мережах і використанні мережі інтернет.
2. Назар Ігорович Бочуляк. Адвокати та соціальні мережі: етико-професійні аспекти кореляції.
3. Фляжнікова Ярослава Василівна. Адвокати у соціальних мережах: проблеми сьогодення.
4. Губерська Н.Л Стадії Адміністративних процедур: поняття та види.