

«Сімейний адвокат Катерина Власюк» — настав час по-іншому відкрити себе для юридичного бізнесу

На скраїні?

Коли потрібно проводити ребрендинг компанії? Як навчитись відмовляти клієнту і радити йому своїх колег? Наскільки шкідливим є вигорання для юриста і що з цим робити? Про все це розповіла у своєму інтерв'ю «Юридичній Газеті» сімейний адвокат **КАТЕРИНА ВЛАСЮК**

Читайте на стор.

Читайте на стор.



«Тів?»

стор.

«У ків

стор.

Вплиця

стор.

## Адвокат: необхідність публічності чи PR?

Майже рік тому голова НААУ Лідія Ізовітова на спільному засіданні Ради суддів України, Ради прокурорів України, НААУ, Уповноваженого у справах Європейського суду з прав людини зазначила, що медійний та політичний компонент почали домінувати над нормами права в резонансних справах. Мова йшла

про політиків і державних діячів, які надають публічні оцінки рішенням судів та кримінальним провадженням. На думку пані Ізовітової, це суперечить національному законодавству (зокрема, презумпції невинуватості) та практиці ЄСПЛ. Також вона наголосила на тому, що від публічних коментарів такого характеру по-

трібно утримуватися. Важко не погодитися, адже це слушне зауваження. Однак хочеться його адресувати ще й адвокатам, які інколи дозволяють собі аналогічні заяви щодо судів, суддів та представників правоохоронних органів.

Продовження на стор. 36

# Адвокат: необхідність публічності чи PR?

**Єгор ЖЕЛТУХІН,**  
головний редактор «Юридичної Газети»

Закінчення. Початок на стор. 1

Якось за чашкою кави один поважний адвокат мені розповів, що його колега (особливо тим, хто працює з токсичними клієнтами), коментуючи журналістам перебіг провадження, суто з етичних міркувань, замість тисячі слів про непрофесійність опонентів, бажано було б спокійно сказати, що суд не знайшов достатніх доказів вини підзахисного. При цьому варто зазначити, що у 2008 р. ЄСПЛ у справі «Чеферін проти Словенії» ухвалив рішення, яким визнав, що адвокат має право на критику експертів і прокурора під час судового засідання.

За інформацією Центра демократії та верховенства права, де аналізували зазначену справу, адвокат називав висновки експертів «вигаганими конструкціями», «професійно слабкими», «позбавленими сенсу», стверджував, що психолог застосував «застарілі методи з кам'яного віку психології», а також звинуватив прокурора у приховуванні доказів, а весь судовий процес назвав фарсом. «Суд визнав такі заяви образливими оціночними судженнями та оштрафував Чеферіна за неповагу до суду. Окрім того, заявник був покараний за критику прокурора. Водночас адвокат стверджував, що його критика спрямована на непрофесіоналізм і некомпетентність роботи експертів та не ображає суд, а метою таких висловлювань був лише якнайкращий захист для свого клієнта, який міг бути ув'язнений на 30 ро-

ків. Однак національні суди відхили апеляцію Чеферіна», — йдеться в матеріалі.

Натомість ЄСПЛ ухвалив рішення на користь адвоката. «Як відзначили судді, заяви були зроблені в контексті юридичного процесу та звучали лише в судовій залі (на противагу, наприклад, публічній критиці в медіа). До того ж підрив довіри до вже наявних експертів був єдиним шляхом отримання нових висновків щодо підсудного. Оскільки межі прийнятої критики державних службовців можуть бути ширшими, це передбачає критику як прокурора, так і експертів, які є службовими особами», — зазначено в аналізі.

Тож чи багато адвокатів замислюються над тим, що з огляду на їхні публічні виступи, суспільство оцінює не стільки адвоката, скільки надає оцінку всій адвокатській спільноті? Тут мова йде не про те, кого ти захищаєш, а про те, як поводишся публічно. Де межа, за якою закінчується твоя професійна діяльність і починається те, про що говорила голова НААУ — домінування медійного та політичного над нормами права?

Загалом, питання «Навіщо адвокату медійність/публічність?» є багатограним. Однак спробуємо знайти відповідь.

## Медійність як інструмент

На думку партнера Sayenko Kharenko, адвоката **Євгенія Солодка**, медійність допомагає адвокату у здійсненні професійних обов'язків, оскільки таким чином адвокат може врівноважити певні моменти в публічній площині. «Медійність дозволяє донести до суспільства альтернативну позицію. Ні для кого не секрет, що останнім часом вироки та рішення приймалися саме в медіа-просторі. Лунали заклики,

виступали різноманітні «експерти» з незрозумілих питань, активісти «всього і вся», але не вистачало лише голосу розуму і права. Виважений правовий аналіз, який надає медійна особа, має певну вагу», — переконаний юрист.

Партнер АО «Barristers», адвокат **Олексій Шевчук** запевняє, що в цьому питанні багато залежить саме від адвоката та від сфери його діяльності: «Зазвичай медійність та інформаційне поле варто використовувати як один з інструментів для досягнення бажаного результату.



## Певний період часу адвокати боялися виходу в публічний простір

Адвокат може самостійно або залучаючи певних фахівців готувати виважену правову позицію і викладати її в публічний простір. Медійність робить адвоката впізнаваним, він стає «лідером думок». Водночас адвокат за допомогою своєї медійності може привернути увагу до тієї чи іншої проблеми та зрушити з мертвої точки».

Однак постає трохи інше питання: «За яких обставин адвокат виходить у публічний простір?». **Олексій Шевчук** бачить відповідь на це питання в історичному аспекті. Він вважає, що це не лише потрібно адвокату, але й справедливо з позиції принципу рівноправності сторін. «Взагалі певний період часу адвокати боялися виходу в публічний простір. Лише кілька років тому, коли було чимало резонансних справ (у 2014-2015 рр.), адвокати почали виходити в медійний простір та озвучувати правові позиції. Якщо сьогодні правоохоронні органи мають свої прес-служби, людей, які щось доносять суспільству, то чому адвокат не може виходити в публічний простір? Він зобов'язаний це робити та озвучувати позицію, з якою він буде протистояти державному апарату», — справедливо зазначає адвокат.

**Пан Солодко** переконує, що існує кілька таких варіантів. Перший — це захист інтересів клієнта. Другий — захист колег. «Коли адвокат вважає, що це потрібно для захисту інтересів

клієнта, він виходить у публічну площину (це в конкретному випадку), а також для захисту інтересів професійної спільноти. Наприклад, коли йдеться про законопроекти, які порушують права адвокатів та ставлять під загрозу всю адвокатську спільноту, адвокати з певною медійною впізнаваністю просто не мають права мовчати. Також це корисно у процесі обговорення питань, що мають значення для суспільства, адже люди прислуховуються до їхньої правової оцінки», — стверджує експерт.

За словами заступниці виконавчого директора ГО «Адвокат майбутнього» **Дарі Писаренко**, бути чи не бути публічним у кожній конкретній справі — це відповідальне рішення адвоката. Також варто пам'ятати, що суспільство оцінює адвоката як представника правосуддя. «На жаль, в юридичних школах України не навчають, як працювати із ЗМІ та громадянським суспільством, а також не розповідають, як публічність адвоката може вплинути на перебіг справи. Натомість розуміння процесу комунікації в публічному просторі, комунікації з медіа в різних форматах, здатність тримати рівновагу між адвокатською таємницею та потребою публічності, вміння уникати токсичної та дискримінаційної лексики, навички розробки комунікаційних стратегій у резонансних справах — все це надважливо для адвокатів у сучасному світі» — повідомила пані Писаренко.

Адвокат **Катерина Власюк** має на це питання альтернативні відповіді: «Можна назвати кілька варіантів. Перший — адвокат прагне стати публічною особою. Тут без коментарів. Другий — щоб запобігти адміністративному ресурсу, який ще існує в нашій країні, коли адвокат розуміє, що офіційні ресурси вичерпані. Третій — це кейси pro bono, які стосуються вразливих верств населення (наприклад, ветерани АТО чи переселенці). Також це може бути

адвокаційна компанія. В минулому році я долучилася до змін у сфері сімейного права, які стосувалися посилення відповідальності за несплату аліментів та ухвалення закону про домашнє насильство». Окрім того, вона зазначила, що адвокати повинні проводити «юридичний лікбез» для громадян, щоб фахово пояснювати зміни законодавства та нові можливості для суспільства. А вже інколи зміни в законодавстві «обрастають» міфами та перебільшеннями. Саме тоді фахова стаття адвоката може допомогти розібратися в певних питаннях.

Отже, по-перше, публічність — це частина стратегії, яка певною мірою може змінити думку суспільства на користь клієнта адвоката (наприклад, переконати, що чорне є білим та навпаки). По-друге, вона має соціальний характер, коли правники публічно консультують певних громадян з правових питань. По-третє, забезпечує захист інтересів правової спільноти. По-четверте, спрямована на допомогу суспільству з розумінням більш глобальних речей (актуальний приклад — дискусії щодо того, чи потрібно скасувати так звану адвокатську монополію).

### Синдром медійної популярності

Існує усталений принцип, що адвокат не має ототожнюватися з клієнтом. Однак чи не відбувається це у випадку публічності процесу, лише з тією різницею, що таким чином (своєю репутацією) адвокат може «відбілювати» токсичного клієнта?

**Євгеній Солодко** не погоджується із зазначеним твердженням: «Все залежить від того, як це подати в публічній площині. Увагу медіа привертають гучні події, але я не пам'ятаю процесу чи події, які б висвітлювалися постійно, об'єктивно і фахово. Звертають увагу на окремі фрази, події навколо, вихоплюються фрази з контексту. Тому поява медійно відомого адвоката в певній ситуації для когось «має непросте значення», хоча адвокат лише виконує свій конституційний обов'язок — забезпечує право на адвокатську допомогу».

«Якщо адвокат розуміє, якого клієнта він захищає, а також чого він хоче досягти в цьому процесі, то медійність і публічність будуть йти окремо від лінії захисту. Адвокат виходить у публічну площину лише тоді, коли йому потрібно донести якусь правову позицію і сформулювати якусь думку в суспільстві. Відбілювання — це вже зовсім інша історія. Тут створюється певна версія, яка має репутаційно «відбілити» клієнта. Я завжди кажу клієнтам, що можу висловлюватися щодо правової оцінки їхньої поведінки в межах справи, але я не буду розповідати, що це прекрасні бізнесмени з бездоганною репутацією, оскільки це не моя компетенція. Звичайно, можна найняти спеціалістів, які будуватимуть стратегію захисту репутації та її «відбілювання», але це не має нічого спільного з правовим захистом, — переконує **Олексій Шевчук** і додає, що іноді адвокати, захопившись процесом, відчують себе клієнтами. — Це синдром медійної популярності. Деякі адвокати, які не пройшли хрещення вогнем, намагаються ототожнити себе з клієнтом, а потім дуже переживають, чому їх вважають негідниками. Проте іноді трапляються ситуації, коли суспільство починає ототожнювати юристів з їхніми клієнтами. Нас це торкнулося, тому що ми захищали велику кількість людей зі складною репутацією. Отже, це дуже тонка межа».

На початку статті я згадав тезу, яка в іншій варіації звучить так: «Сьогодні медійність та публічність підміняють собою право». Та чи насправді підміняють?

Адвокат **Євгеній Солодко** переконаний, що підміняють, але не адвокати, а медіа: «Абсолютно. Це дуже тривожно, адже це може порушити права людини. Безапеляційність, яку дозволяють собі медіа, є неприпустимою! Висновки не ґрунтуються на фактах, образливі припущення, відверте цькування — це недобре. Особливо, коли це стосується правових питань (зазвичай автори публікацій не володіють спеціальною термінологією, не зовсім розуміють правові дефініції, але роблять категоричні висновки)».

**Олексій Шевчук** також переконаний, що публічність відіграє не завжди позитивну роль, а ініціаторами цього є не стільки медіа, як певні активісти. «Я думаю, що цей тренд започаткували новостворені антикорупційні органи. Сьогодні не медійність і публічність, а вже вулиця підміняє собою право. Наразі багато активістів, які щось кричать у публічній площині (на камеру, через стрім) та вважають себе великими «нюзмейкерами». Вони підміняють право, адже своїми викликами намагаються сформулювати

ливо, наскільки рівним є доступ до професії та рівень знань, з яким виходять адвокати після складання іспиту», — висловила свою думку **Катерина Власюк**.

**Пан Шевчук** зазначив, що бути адвокатом означає бути і психологом, і медіатором, і слідчим, і аудитором і ким завгодно в одній особі. Однак поведінка кожного з колег містить репутаційні ризики для професії загалом. Наприклад, якщо адвокат напивається в ресторані, розпочинає бійку, нецензурно висловлюється під час судового засідання, то всі знають,



## Кожен адвокат повинен дбати про свою репутацію

певну позицію, яку важко назвати правовою. Це якась суспільна думка. Вони намагаються нав'язати цю суспільну думку правоохоронцям, суддям, адвокатам, усім», — зауважив **пан Шевчук**. За його словами, сьогодні медійність та публічність намагаються використовувати для того, щоб підмінити право. Водночас є деякі адвокати, які не вміють користуватися правовими інструментами, тому намагаються через якусь публічність підмінити те, що варто було б написати та викласти як правову позицію.

### Відповідальність

Стратегія, тактика, соціальна відповідальність адвокатів... Хочеться вірити, що це не пусті слова. Водночас постає важливе питання: «Чи повинні адвокати нести відповідальність перед професійною спільнотою, чи вони її відчують?».

«Адвокатура починається з кожного окремого адвоката. Кожен адвокат повинен усвідомлювати відповідальність у професії та дбати про свою репутацію. Також важ-

що він адвокат, що це несе ризики для кожного з нас, адже така поведінка позначається на репутації професії.

«За діями будь-кого з адвокатів судять про всю нашу професійну спільноту, тому адвокат навіть поза виконанням своїх обов'язків залишається адвокатом. Так написано у правилах адвокатської етики», — резюмує **Євгеній Солодко**.

Отже, існує декілька варіантів, на що може бути спрямована медійність адвоката. Зокрема, стратегія захисту клієнта, можливість донести до суспільства і держави певну позицію, захист професійної спільноти, а також консультаційна допомога громадянам щодо тих чи інших питань. Водночас не варто ставити знак рівності між захистом клієнта та його «відбілюванням». Загалом, адвокати усвідомлюють, а ті хто ні — повинні усвідомити свою відповідальність перед колегами, оскільки за поведінкою окремого адвоката суспільство оцінює всю адвокатуру. Тож у публічності немає нічого поганого, але за умови дотримання правил адвокатської етики.



**ЛІГА СТУДЕНТІВ**  
АСОЦІАЦІЯ ПРАВНИКІВ УКРАЇНИ

**Львів**  
**5 ЖОВТНЯ**

CONTROL AND WIN

# Compliance

LAW FORUM



ЛОКАЛЬНИЙ ОСЕРЕДОК ПРИ  
НУ "Львівська політехніка"

Річний партнер



Офіційний партнер



Генеральний партнер  
осередку



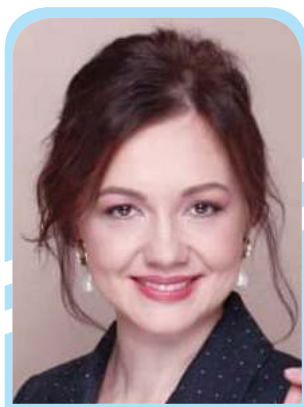
Експертний партнер



Інформаційний партнер:







**Катерина ВЛАСЮК**,  
керівник АБ «Сімейний адвокат Катерина Власюк»

— Чи потрібно та навіщо адвокату створювати свій імідж у медіа?

— На мою думку, адвокат — це, насамперед, особистість і фахівець. Якщо йому є що фахово сказати, надати коментар, юридичну пораду простою і доступною мовою, то преса і громадяни будуть ним цікавитися. Для адвоката головний капітал — це його репутація та успішні кейси. Якщо він все це має у своєму арсеналі, тоді його імідж вибудується природно. Медіа будуть запрошувати адвоката на ефірі в ролі експерта. Передусім, адвокат повинен дбати про свою фаховість, тоді медіа ним зацікавляться.

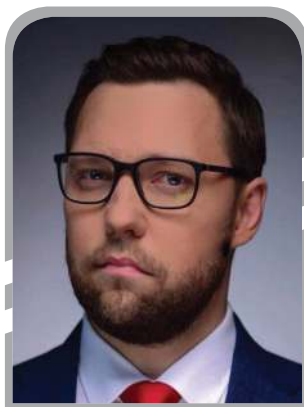


**Дар'я ПИСАРЕНКО**,  
заступниця Виконавчого директора ГО «Адвокат майбутнього»

законопроекти, політичні ініціативи держави. Вузькоспеціалізована експертиза доступною для звичайної людини мовою — це інформація, яка завжди матиме попит у суспільстві. Це саме те, що може стати фундаментом, на якому буде побудована довіра та повага суспільства до інституту адвокатури як складової системи правосуддя.

Адвокати мають всі можливості та шанси стати відповідальними «лідерами думок» у своєму містечку, селищі, місті. Однак без публічності та якісної експертизи це неможливо. До того ж адвокати часто бачать системність проблем та мають ідеї, які могли б їх вирішити. Все це вимагає спеціальної підготовки та відповідальності від адвокатської спільноти. Саме тому у програмі «Адвокат майбутнього» один з модулів присвячений відпрацюванню навичок роботи із ЗМІ, плануванню комунікаційних стратегій та адвокаційних кампаній.

На мою думку, публічність адвокатів поза процесом — це те, чого особливо не вистачає в часи змін та реформ в Україні. Завдяки своїй професійній кваліфікації адвокати можуть аналізувати з позиції прав та свобод людини



**Олексій ШЕВЧУК**,  
адвокат, партнер АО «Barristers»

— Чи потрібно та навіщо адвокату створювати свій імідж у медіа?

— У 1990–2000 рр.-х роках юридичні фірми сприймалися як команди, не виділяючи когось окремо. Однак все змінюється, сприйняття стає більш персоніфікованим, на юридичному ринку виділяється все більше облич. До того ж в епоху соціальних мереж в адвокатів з'явилася потреба мати своє конкретне інтерактивне обличчя. Отже, імідж адвоката потрібен, він повинен над ним працювати, в тому числі в медійному просторі. Адвокат має виробити стратегію, якої він буде дотримуватися, для того щоб стати впізнаваним.

— Чи не вбачаєте Ви у використанні адвокатом публічності порушення правил адвокатської етики? Якщо так, то в чому полягають порушення?

— Ні. Існують затвержені правила адвокатської етики, медійність їх не порушує. Адже медійність — це вихід у публічний простір, взаємодія з іншими суб'єктами в соціальних мережах, комунікація з суспільством. Комунікація на кшталт власного прес-секретаря. Головне в цій комунікації — не перетинати межу (не переходити на образи, не отожднювати себе з клієнтом). Потрібно пам'ятати, що Ви адвокат, який має стратегію та правову позицію, який надає правову допомогу відповідно до норм закону і правил адвокатської етики.

— Як Ви вважаєте, суспільство оцінює інститут адвокатури за поведінкою та діяльністю всіх адвокатів чи за поведінкою найбільш публічних адвокатів?

— На жаль, потрібно визнати, що сьогодні адвокатура взагалі не має позитивно сформованого іміджу, адже суспільство звикло отожднювати адвокатів з їхніми клієнтами. Люди вважають, що ми роз'їжджаємо на дорогих авто, отримуємо високу заробітну платню та й взагалі ми негідники. Однак ніхто не думає, що це складна праця 24/7, незалежно від того, чи ти молодий адвокат у безоплатній правовій допомозі, чи топовий юрист. Проте юристи самі винні у відсутності поваги до цієї професії, коли вони працюють під час свого законного відпочинку чи встановлюють оплату 300 грн за складний позов. Напевно, суспільство оцінює адвокатуру за поведінкою основної маси адвокатів, яких 97%, а не публічних, яких лише 3%.



**Святослав СОЛОДКО**,  
партнер Sayenko Kharenko, адвокат

— Чи потрібно та навіщо адвокату створювати свій імідж у медіа?

— Це складова нашої професії. За наявності певного іміджу адвокат може значно більше допомогти клієнтам, публічно висловлюючи свою позицію, аналізуючи ситуацію тощо. Особливо це важливо для захисту у кримінальних провадженнях, коли органи правопорядку кожен свою дію подають як грандіозний успіх. Наприклад, згадаємо гучне затримання безпосередньо під час засідання

Кабінету Міністрів. Шоу вдалося, але що було згодом? Крах! Звинувачення не підтвердилися, є рішення суду про поновлення цієї особи на посаді, але воно не виконується. Чи не була завдана такими непрофесійними діями шкода авторитету держави? Чи поніс хтось відповідальність? Варто зазначити, що захист цієї особи мав лише один ресурс для висвітлювання цього свавілля — мережа Інтернет. Друковані ЗМІ та телебачення були недоступні. Адвокатам вірили більше, ніж прокурорам. Тому імідж потрібен. Інше питання — який він? Тут кожен сам обирає.

— Як Ви вважаєте, суспільство оцінює інститут адвокатури за поведінкою та діяльністю всіх адвокатів чи за поведінкою найбільш публічних адвокатів?

— Мені цікаво, а як суспільство оцінить таке запитання? Коли говорять про те, що «є запит суспільства» на щось, я завжди перепитую: «Чи відомо про це суспільству?». Безперечно, публічні адвокати повинні розуміти, що саме вони певною мірою є обличчям адвокатури, а їхня поведінка в публічній площині має бути бездоганною, наскільки це можливо.

www.yur-gazeta.com

Ukrainian  
Women in Law

ЛІДЕРИ РИНКУ  
рейтинг юридичних компаній України

HR brand  
BUSINESS attorney LEX LAWYER law firm  
юридичної фірми

ВИБІР КЛІЄНТА  
100 НАЙКРАЩИХ  
ЮРИСТІВ  
УКРАЇНИ