

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Одеська юридична академія»
Факультет адвокатури та антикорупційної діяльності
Кафедра організації судових,
правоохоронних органів та адвокатури

АДВОКАТУРА: МИНУЛЕ, СУЧАСНІСТЬ ТА МАЙБУТНЄ

**МАТЕРІАЛИ
XV Міжнародної
науково-практичної конференції**

*14 листопада 2025 року,
м. Одеса*



Одеса
«Юридична література»
2025

УДК 347.965(477)(063)
A288

Редакційна колегія:

Н. М. Бакаянова (голова), завідувачка кафедри організації судових,
правоохоронних органів та адвокатури;
С. К. Костенко, професор;
І. О. Кісліцина, доцент;
М. О. Кравченко, доцент;
О. Г. Свіда, доцент;
П. М. Синицин, доцент;
О. О. Храпенко, доцент;
Л. П. Нестерчук, старший викладач;
Р. Р. Щербатий, асистент

Рекомендовано до друку вченою радою Національного університету «Одеська юридична академія» (протокол № 3 від 15 жовтня 2025 р.)

Адвокатура: минуле, сучасність та майбутнє : матеріали XV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 14 листопада 2025 р.) / редкол.: Н. М. Бакаянова (гол.), І. О. Кісліцина, М. О. Кравченко [та ін.]. — Одеса : Юридична література, 2025. — 664 с.

ISBN 978—966—419—456—0

У збірнику містяться матеріали доповідей XV Міжнародної науково-практичної конференції «Адвокатура: минуле, сучасність та майбутнє», яка відбулася 14 листопада 2025 р. у Національному університеті «Одеська юридична академія». Доповіді учасників присвячені актуальним питанням адвокатури і здійснення адвокатської діяльності в Україні, історії адвокатури, діяльності Національної асоціації адвокатів України, проблемам і перспективам розвитку адвокатського самоврядування, правилам адвокатської етики та юридичній відповідальності адвокатів, зарубіжному і міжнародному досвіду організації та діяльності адвокатури.

УДК 347.965(477)(063)

Відповідальність за зміст та достовірність поданого матеріалу несуть учасники конференції, їхні наукові керівники та рецензенти, які рекомендували ці матеріали до друку.

ISBN 978—966—419—456—0

© Національний університет
«Одеська юридична академія», 2025

ри, покладеної на нього клієнтом. У сучасних умовах цифровізації, посилення інформаційних ризиків і трансформації професійних стандартів саме морально-етичне розуміння конфіденційності стає запорукою збереження репутації адвокатури та довіри до системи правосуддя загалом. Тому адвокатська таємниця виступає не лише гарантією прав клієнта, а й показником зрілості правової культури та етичної відповідальності правничої спільноти України.

Список використаної літератури

1. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України від 05.07.2012, № 5076-VI. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#Text> (дата звернення: 07.10.2025).
2. Правила адвокатської етики, затверджені Звітно-виборним з'їздом адвокатів України 09 червня 2017 р. (зі змінами від 15.02.2019 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001891-17#Text>
3. Іваницький С. О. Теоретичні основи організації адвокатури в Україні: принципи та система: дис. ... докт. юрид. наук: спец. 12.00.10; Луганський державний університет внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2017. 556 с.
4. Остафійчук Л. А. Конфіденційність адвокатської діяльності. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2023. Серія Право. Випуск 80: частина 2. С. 246–252. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2024/01/41-1.pdf>
5. Яновська О. Г. Адвокатура України: навчальний посібник. К.: Юрінком Інтер, 2007. 280 с.

Науковий керівник: доцент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія», кандидат юридичних наук, доцент *Кіслиця Ірина Олександрівна*

Котелкіна В. М.

студентка 4-го курсу

факультету адвокатури та антикорупційної діяльності
Національного університету «Одеська юридична академія»

ДО ПИТАННЯ РЕКЛАМУВАННЯ АДВОКАТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Активний розвиток цифрових технологій та комунікаційних платформ докорінно трансформував способи професійної взаємодії в адвокатському середовищі. Соціальні мережі, вебсайти та інтернет-реклама стали важливими інструментами комунікації між адвокатом

і суспільством, водночас поставивши низку етичних та правових викликів. З огляду на це особливої актуальності набуває питання допустимості та меж рекламування адвокатської діяльності, визначених чинним законодавством.

Відповідно до статті 13 Правил адвокатської етики, затверджених звітно-виборним з'їздом адвокатів України 09 червня 2017 року, адвокат має право рекламувати свою професійну діяльність за умов дотримання чинного законодавства [1].

З огляду на те, що ринок юридичних послуг стає все більш конкурентним через велику кількість адвокатів, для залучення клієнтів та інформування про свою роботу адвокати змушені використовувати інструмент реклами. Однак питання про те яка реклама для адвокатів вважається прийнятною та етичною, викликає жваві обговорення серед юристів та науковців, що підтверджується, наприклад, рішенням Ради адвокатів України № 196 від 22 вересня 2017 року, яке роз'яснює застосування правил адвокатської етики щодо рекламування адвокатської діяльності при використанні мережі Internet [2].

Основні положення, що регулюють виготовлення, розміщення та поширення рекламних матеріалів, спрямованих на популяризацію діяльності адвоката, адвокатського бюро чи адвокатського об'єднання, визначені законодавством України. Зокрема, ці питання висвітлені у Законах України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», «Про рекламу», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про захист суспільної моралі», а також конкретизовані у Правилах адвокатської етики, які встановлюють професійні стандарти поведінки адвоката у сфері публічного представлення своєї діяльності.

Правила адвокатської етики визначають низку обмежень щодо змісту інформації, яку адвокат має право поширювати у власних рекламних матеріалах, зокрема, адвокатам забороняється включати до реклами будь-які оціночні судження про свою особу чи професійну діяльність, критикувати колег по професії, а також робити заяви про ймовірність успішного виконання доручень або інші твердження, що можуть створювати у клієнтів необґрунтовані очікування. Так само неприпустимими є формулювання, які можуть сформулювати враження, що діяльність конкретного адвоката має виняткові характеристики, властиві адвокатурі в цілому [1].

Крім того, рекламні матеріали повинні відповідати принципам достовірності, об'єктивності, чіткості та зрозумілості, а також відповідати естетичним нормам. Вони не можуть містити відомостей, що дискредитують інститут адвокатури або принижують честь, гідність і професійний статус адвоката.

Як слушно зауважує Бірюкова А. М., вимоги до рекламування адвокатської діяльності переважно сформульовані у вигляді загальних

положень, які, хоч і корисні, не спроможні охопити весь комплекс досить «делікатних» питань, пов'язаних із рекламою адвокатських послуг в умовах сучасного інформаційного суспільства. Цілком очевидно є необхідність деталізації зазначених принципових положень, розробки додаткових критеріїв допустимості адвокатської реклами, її форм, змістового наповнення, специфічних вимог для окремих способів поширення інформації про адвоката, адвокатське бюро або адвокатське об'єднання (наприклад, інтернет-реклама, створення вебсайта, розміщення інформації в бізнес-каталогах, довідниках, на «жовтих сторінках», зовнішня реклама тощо) [3, с.204].

Звідси розуміємо, що доцільним є закріплення у законодавстві про адвокатуру та адвокатську діяльність конкретних форм рекламування адвокатських послуг, зокрема через інтернет, у спеціалізованих друкованих виданнях, на офіційних вебсайтах адвокатських об'єднань, рад адвокатів регіонів чи Національної асоціації адвокатів України. При цьому окрему увагу слід приділити врегулюванню питань, пов'язаних із зовнішньою рекламою адвокатської діяльності, що й надалі залишається дискусійним аспектом у науковій та практичній площині.

У сучасному адвокатському середовищі найефективнішою та водночас етично прийнятною формою реклами традиційно вважаються рекомендації, які залишаються найбільш дієвим способом популяризації адвоката, адже ґрунтуються на особистій довірі, професійній репутації та реальних результатах діяльності. Такий вид реклами неможливо підмінити зовнішніми атрибутами: зусиллями PR-фахівців, привабливим дизайном офісу чи вдалим промомови.

Однак сучасні умови диктують нові вимоги до способів просування адвокатської діяльності. У багатьох країнах усе більшого значення набуває реклама в мережі Інтернет, яка охоплює різні напрями: від створення офіційних сайтів і сторінок у соціальних мережах до публікації відеоматеріалів. Важливу роль відіграють також зв'язки з громадськістю та взаємодія з органами державної влади, які дозволяють формувати позитивний імідж адвокатури та налагоджувати комунікацію з суспільством.

Найпоширенішими є друковані матеріали: бланки, конверти, буклети, листівки, візитівки, які забезпечують професійне представлення адвоката чи адвокатського об'єднання. Крім того, значну роль відіграють публікації у спеціалізованих виданнях, довідниках та наукових журналах. Поширеним інструментом популяризації є участь у професійних та громадських заходах, таких як конференції, круглі столи, семінари або вебінари.

Активно використовується також інтернет-простір, де адвокати створюють власні вебсайти, сторінки та профілі в соціальних мережах, розміщують інформацію у пошукових системах та на відео-

платформах. Інша частина адвокатської спільноти застосовує ефірні медіа, телебачення та радіо, а також зовнішню рекламу у вигляді вивісок на фасадах офісів, постерів і білбордів. Важливим елементом іміджу є й внутрішня реклама, що відображається в оформленні інтер'єру офісу та створює позитивне враження про професіоналізм адвоката.

Отже, питання рекламування адвокатської діяльності в сучасних умовах інформаційного суспільства потребує подальшого наукового осмислення та нормативного вдосконалення. Чинні положення Правил адвокатської етики та законодавства України встановлюють лише загальні засади рекламної діяльності адвокатів, не охоплюючи всього спектра викликів, пов'язаних із використанням цифрових технологій, соціальних мереж та інтернет-комунікацій.

Сучасна адвокатська практика засвідчує, що формування професійного іміджу адвоката відбувається не лише через безпосереднє надання правничої допомоги, але й через публічну взаємодію в медіа-просторі. Тому надзвичайно важливо забезпечити баланс між правом адвоката на самопрезентацію та необхідністю дотримання принципів доброчесності, етичності й поваги до професії.

Список використаної літератури

1. Правила адвокатської етики, затверджені звітно-виборним з'їздом адвокатів України від 09 червня 2017 року (зі змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001891-17#Text>
2. Рішення Ради адвокатів України № 196 «Про затвердження роз'яснення з питань застосування положень Правил адвокатської етики при використанні мережі Internet» від 22 вересня 2017 року. URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/legislation/rishennya/2017-09-22-r-shennya-rau196_59d2297686313.pdf
3. Бірюкова А. М. Реклама адвокатської діяльності як прояв процесу глобалізації. *Підприємництво, господарство і право*. № 8. 2018. С. 202–207.

Науковий керівник: асистент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія» ***Щербатий Роман Романович***

Зубков Ю. С.

Штучний інтелект в адвокатській діяльності: баланс між ефективністю та етичними межами 452

Іванченко А. О.

Етичні стандарти поведінки адвоката в онлайн-просторі 455

Іскра Є. С., Расіхіна В. В.

Професійна етика адвоката як гарантія довіри до правосуддя 458

Казарян Л. Р.

Дисциплінарна відповідальність як наслідок порушення професійної етики адвоката 460

Кіріпченко В. В.

Дотримання адвокатської таємниці як морально-етичний обов'язок адвоката 462

Котелкіна В. М.

До питання рекламування адвокатської діяльності у соціальних мережах 465

Лихенко Є. О.

Професійна чесність та результативність адвокатської діяльності: етичні межі досягнення позитивного результату 469

Маковійчук С. В.

Поведінка адвоката у соціальних мережах: новий вимір професійної етики 472

Маслякова А. В.

Етичні аспекти взаємодії адвоката з клієнтом та судом 474

Мельник І. А.

Професійна етика у взаємовідносинах суддів і адвокатів 478

Мідяна В. О., Лукашевич А. Л.

Етика адвоката в цифрову епоху: виклики використання штучного інтелекту 480

Мовчан А. В.

Дисциплінарна відповідальність адвоката за порушення адвокатської таємниці: сучасні тенденції 483

Недслєва Д. П., Приймак М. І.

Поведінка адвоката в професійній діяльності в умовах воєнного стану: етичний аспект 487