

Список використаної літератури:

1. Правила адвокатської етики, затверджені звітно-виборним з'їздом адвокатів України 09 червня 2017 року: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unba.org.ua/assets/uploads/3ae9a115a40b9a5bc04f_file.pdf.
2. Закон України «Про адвокатуру і адвокатську діяльність» від 05.07.2012 р. №5076-VI. Відомості Верховної Ради України від 05.07.2013 2013 р., №27, стор. 1438, стаття 282.
3. Кодекс поведінки європейських адвокатів. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://unba.org.ua/assets/uploads/legislations/inshidokumenty/kodeks_povedinky_ymropeyskykh_advokativ\(ukr\)/pdf](https://unba.org.ua/assets/uploads/legislations/inshidokumenty/kodeks_povedinky_ymropeyskykh_advokativ(ukr)/pdf).
4. Лозовой В.О., Петришин О.В. Професійна етика юриста. Х.: Право, 2004. – 176 с.
5. Барабаш Т.О. Актуальні питання адвокатської етики та відповідальності за її порушення. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <file:///C:/TEMP/156413-373664-1-PB.pdf>.
6. Череватюк В.Б., Рогатюк А.В. Адвокатська етика і практика: невідповідності та шляхи їх подолання. [Електронний ресурс] – Режим доступу : file:///C:/TEMP/Npnau_2013_4_9-1.pdf.

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, доцент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія», доцент **Храпенко Олена Олегівна**

Полищук М.П., Сковрон М.В.

*студенти 2-го курсу магістратури факультета адвокатури
Національного університету «Одесская юридическая академия»*

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМИРОВАНИЯ АДВОКАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для успешного процветания абсолютно весь бизнес нуждается в рекламе соответствующих услуг или продукции. Юридическая деятельность не является исключением. Несмотря на то, что без рекламы, действительно, трудно найти новых клиентов, существует целый ряд существенных ограничений, которые применяются для продвижения адвокатских услуг.

Профессиональная деятельность адвокатов имеет свои особенности и определенную специфику. В связи с тем, что адвокату принадлежит центральное место в осуществлении правосудия как посреднику между общественностью и судами. Публичный характер адвокатуры требует

особого регулирования публичности адвокатов. Отметим, что вопросы рекламирования адвокатских услуг являются одним из этических аспектов адвокатской деятельности, урегулированных международными актами, актами Европейского Союза и законодательством Украины в сфере адвокатуры и адвокатской деятельности [3].

Правила адвокатской этики является основным корпоративным актом, регулирующим высокие профессиональные стандарты адвокатуры. Действующие Правила адвокатской этики обязывают адвокатов придерживаться высоких этических стандартов поведения, устанавливают единую систему критериев оценки этических аспектов поведения, регулирующие конфликты интересов и противоречия в адвокатской деятельности, имеют защитную функцию от необъективных и дискриминационных преследований адвокатов. Обязанность придерживаться Правил адвокатской этики предусмотрена Законом Украины «Про адвокатуру и адвокатскую деятельность», как одна из основных профессиональных обязанностей адвоката.

Анализируя нормы Закона Украины «Об адвокатуре и адвокатской деятельности», стоит отметить, что, по сравнению с предыдущим законом, действующий законодательный акт не содержит указания о возможности осуществления рекламной адвокатской деятельности. Однако, несмотря на это, Правила адвокатской этики содержат положения, которыми урегулирован данный вопрос.

Именно Правила адвокатской этики (ст. 13) формируют целый перечень требования к рекламной деятельности адвоката во второй главе, который касается основных принципов адвокатской этики. Таким образом, адвокату гарантируется право рекламировать свою деятельность с соблюдением действующего законодательства и Правил адвокатской этики. Кроме того, в указанной статье определена информация, которая не должна находиться в рекламных материалах адвоката, а именно: заявления о вероятности успешного выполнения поручений и другие заявления, которые могут вызвать безосновательные надежды клиентов, недостоверная информация, оценочные характеристики, указания, которые могут сформировать представление, что деятельность именно этого адвоката характеризуется чертами и показателями, присущими в действительности адвокатуре как таковой, а также критика других адвокатов.

В третьем пункте статьи Правил адвокатской этики указано: «Рекламные материалы про деятельность адвоката должны быть объективными, достоверными, четкими и понятными и не должны содержать намеков, двусмысленностей или иным образом образовывать основу для введения потенциальных клиентов в заблуждение, а также должны отвечать разумным эстетическим требованиям. Рекламные материалы не могут демонстрироваться (размещаться) с помощью способов (в способы),

которые дискредитируют институт адвокатуры, создают условия для его пренебрежения, унижают профессию и статус адвоката Украины» [2].

Кроме того, в Правилах содержится положения, предусматривающие ответственность адвоката за недобросовестную рекламу. Адвокаты, осуществляющие адвокатскую деятельность индивидуально или через адвокатское бюро или объединения (руководители адвокатского объединения) несут персональную ответственность за достоверность рекламных материалов о них, а также за их соответствие действующему законодательству и Правилам адвокатской деятельности [5].

В случае нарушения указанных правил, на адвоката может быть наложено дисциплинарное взыскание в виде предупреждения или даже прекращения права на занятие адвокатской деятельностью сроком от одного месяца до одного года (ст. 31, 34, 35 Закона Украины «Про адвокатуру и адвокатскую деятельность»).

Учитывая указанные требования и ограничения в отношении рекламы адвокатских услуг, трудно не согласиться с точкой зрения И. Костина [3], который подчеркивает, что единственный вид рекламы, которая может считаться как эффективной, так и отвечать этическим аспектам адвокатской деятельности – рекомендации. Специфика адвокатской деятельности, статуса адвокатуры и адвоката в обществе и государстве ограничивает рекламу адвокатских услуг этическими рамками, которые минимизирует ее потенциал, оставляя основным источником распространения информации о деятельности адвоката рекомендацию «из уст в уста», базисом которой служит безупречная репутация адвоката.

Однако в условиях развития рынка юридических услуг действительного результата рекламы только от рекомендаций и визиток уже может не хватить. Необходимо создавать собственный бренд, и в частности с использованием социальных сетей (Instagram, Facebook), а также совершенствовать свои знания и использовать достижения юридического маркетинга.

Подытоживая вышесказанное, стоит отметить, что в связи с евроинтеграционными процессами Украины, актуальным является вопрос соответствия стандартов адвокатской деятельности европейским стандартам. Сейчас наиболее дискуссионным является вопрос о запрете адвокатской рекламы в странах ЕС, что обосновывается открытием границ для иностранных юристов в странах-членах и требованиями Комиссии ЕС по регулированию деятельности адвокатов в едином унифицированном правовом поле. В связи с увеличением количества адвокатов в Европе, увеличивается и конкуренция между ними, что заставляет их рекламировать свою деятельность и использовать для этого все современные возможности, в том числе сеть Интернет. Однако важно, чтобы рекламирования адвокатской деятельности соответствовало нормам адвокатской этики.

Список использованной литературы:

1. Про адвокатуру и адвокатскую деятельность: Закон Украины от 05.07.2012 № 5076-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#Text>.
2. Правила адвокатской этики от 09.06.2017 г. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001891-17#Text>.
3. Польский О. Ю. Правовые основы рекламирования адвокатской деятельности. 2016. С. 113-120.
4. Скрябин О.М. Юридико-психологические аспекты рекламной деятельности адвоката. № 2. 2012. С. 266-270.
5. Рекламирование профессиональной деятельности адвоката: требования и ограничения. URL: https://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2161%3A22-070520&catid=263%3A6-042020&Itemid=324&lang=ru;

Науковий керівник: кандидат юридичних наук, асистент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія» **Деменчук Марина Олександрівна**

Польовська О.А.

студентка 1-го курсу магістратури факультету цивільної та господарської юстиції Національного університету «Одеська юридична академія»

АДВОКАТСЬКА ЕТИКА: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

У зв'язку із постійними процесами глобалізації та тривалого процесу реформування адвокатської діяльності нагальним постає питання дотримання адвокатами адвокатської етики у їхній діяльності, оскільки на нього покладається не тільки ряд юридичних, а й моральних обов'язків (зобов'язання перед клієнтом, судом, суспільством). Регулювання професійної діяльності адвоката з етичної точки зору набуло широкої популярності не тільки на теренах України, а й за кордоном.

Варто зазначити, що інститут адвокатської етики не є інноваційним. Її витоками слугують часи Стародавнього Риму та Греції. Тоді почались з'являтися певні правила, які при захисті прав інших осіб не могли порушуватись. Наприклад, у Кодексі Юстиніана містилася заборона бути адвокатами особам, позбавленим громадянської честі. Можна додати, що у осіб, які здійснювали захист порушених прав та інтересів, до того ж цінувалися стійкі моральні якості та мистецтво красномовства [1].