

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
A288 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.

© Національний університет
«Одеська юридична академія», 2025
ISBN 978—966—419—456—0

рішення спору по суті, а саме тією стороною, яка не має бажання домовитись, і цим же відтягуватиме розгляд справи у судовому порядку.

Таким чином, роль адвоката у вирішенні трудових спорів із застосуванням медіації є багатогранною й вкрай значущою. Він виступає не лише представником інтересів свого клієнта, але й активним учасником побудови справедливого та ефективного процесу врегулювання конфлікту. Завдяки своїм знанням, досвіду та вмінню вести переговори адвокат допомагає сторонам не лише уникнути судових витрат і тривалої тяганини, але й досягти взаємовигідного рішення у дусі партнерства та взаємоповаги. У сучасних умовах, коли Україна переживає складні трансформаційні процеси та водночас прагне до євроінтеграційного розвитку, адвокати з-поміж інших можуть стати ключовими провідниками ідеї медіації як ефективного механізму врегулювання трудових спорів. Їхня роль виходить за межі професійної допомоги і перетворюється на суспільну місію — сприяти формуванню правової культури соціального діалогу, довіри й партнерства, що є необхідними передумовами побудови демократичної, соціальної та правової держави.

Список використаної літератури

1. Про медіацію: Закон України від 16.11.2021 № 1875-IX. *Відомості Верховної Ради*. 2022. № 7. Ст. 51.
2. Подковенко Т. О. Медіація як один з альтернативних методів вирішення юридичних конфліктів. *Держава і право*. 2009. № 45. С. 31–38.

Науковий керівник: доцент кафедри організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія», кандидат юридичних наук, доцент **Свида Олексій Георгійович**

Котелкіна В. М.

студентка 4-го курсу факультету
адвокатури та антикорупційної діяльності
Національного університету «Одеська юридична академія»

АДВОКАТСЬКИЙ SMM: ВИМІРЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОНТЕНТУ

В епоху цифровізації суспільства, якісний контент та рекламування адвокатської діяльності в соціальних мережах — має великий прояв та вплив на ефективність відносин адвокатів з клієнтами. Для клієнтів — це можливість більш спрощеного пошуку свого адвоката,

який відповідає його «ідеальному образу надійного захисника», так і роз'яснення простою мовою питань і нових, резонансних викликів в юридичній сфері. Для адвоката — це, по-перше, можливість знайти нових клієнтів, які в подальшому можуть стати постійними; по-друге, соціальні мережі — це місце творчості, де можна подавати в будь-якому виді, в нашому випадку, юридичну інформацію.

Слідкуючи за профілями великої кількості адвокатів в соціальній мережі Instagram, можна вказати, що наразі, в більшості випадків, сформувалась позитивна практика застосування гарного контенту, який дійсно доступний до сприйняття звичайними громадянами. Однак, існує й тіньова сторона із дуже «сухим» контентом, який важко сприймається пересічними громадянами.

Тому слід запропонувати види контенту, в кожному з них є додаткові особливості, користуючись якими, можна підвищити як відвідуваність профілю, так і попит на послуги, які надає адвокат. Така класифікація контенту цілком може служити «допоміжним елементом» для адвокатів під час здійснення ними адвокатської діяльності в соціальних мережах, в нашому випадку — в Instagram.

Перш, ніж виставити публікацію зі своєю діяльністю, будь-якому адвокату треба дбайливо та уважно переглянути інформацію, яка міститься в такому контенті, вона не може суперечити положенням Правил адвокатської етики, Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» [1, 2].

Спочатку слід опублікувати «пост-знайомство». Це невеличка розповідь адвоката про себе, в ній можна зазначити відомості про себе, з яким напрямом справ він працює, досвід, інформацію про освіту, привести в приклад відповідні кейси, в яких він був корисний.

Інший спосіб, в якому комфортно ділитись своїм досвідом та перевагами, має назву — «Чому я?». Такий пост повинен мати структуровані та короткі тези, в яких звертається увага на те, в чому саме ви гарний адвокат, підстави звертатись саме до вас. В такому випадку слід поділитись досвідом у конкретних галузях, відгуками клієнтів, статистикою питань, що позитивно вирішені, нестандартними підходами до роботи, якими ви відрізняєтесь від інших адвокатів.

Надзвичайно дієвим інструментом є інформація про адвоката в шапці профілю та наявність в нього актуальних Stories — це перше, на що звертають увагу користувачі, коли заходять до облікового запису. Враховуючи це, адвокату слід чітко зазначити в описі, хто він і яким чином може бути корисним. В свою чергу, більш детально можна розповісти про вищезазначене в Stories, надалі в адвоката є можливість зберегти їх у «Актуальне». За рахунок того, що в описі профіля можна написати своєрідні «слова-маячки», такі як, наприклад, «Адвокат», «Адвокат Одеса» та інші, адвокат приваблює людей, яким він дійсно

потрібен, що цілеспрямовано його шукають. Отже, таким чином цільова аудиторія зможе швидко познайомитися з адвокатом ближче.

Крім того, вкрай оригінальним та корисним форматом контенту — є «розвіювання міфів». За допомогою публікацій такого роду в адвоката наявна можливість розвіяти помилки людей у юридичній сфері, хибні новини, продемонструвати свої досвід та обізнаність. Крім того, цей контент відповідає меті відпрацювання заперечень, що заважають людям у зверненні за допомогою до адвокатів.

У свою чергу, адвокату треба слідкувати за стрічкою на своїй сторінці. В ході чергування постів в форматі тексту та відео, відбудеться урізноманітнення стрічки. Такі дії будуть підвищувати залучення та порадують тих, хто віддає перевагу перегляду відео публікацій, а не читанню текстів.

В юридичній сфері інформацію можна викласти у форматі інструкції або чек-листа — таким чином суть доноситься без зайвих деталей, завдяки стислості та лаконічності.

Загальновідомо, що в юриспруденції треба безперервно «тримати руку на пульсі» — обов'язково слідкувати за внесеними змінами до законодавства, листами та роз'ясненнями органів, прецедентами та резонансними справами. Коли адвокат публікує такий контент, він демонструє потенційним клієнтам свою обізнаність та компетентність у відповідній правовій сфері. Для такого виду контенту доцільно обирати гучні події, що викликають суспільний інтерес та емоційний відгук, з метою підвищення залученості аудиторії та розширення охоплення.

Публікуючи матеріали на основі власної юридичної практики, доцільно уникати надмірного використання канцеляризмів та мови офіційно-ділових документів. Натомість рекомендовано викладати інформацію у доступній, наближеній до розмовної формі, що сприяє кращому сприйняттю контенту аудиторією та підвищує її інтерес.

Формат публікацій у вигляді відповідей на запитання є зручним тим, що не потребує додаткового пошуку тем — їх ініціюють самі підписники, формуючи релевантний інформаційний запит.

Крім того, для підвищення залученості цільової аудиторії доцільно використовувати інтерактивні інструменти, зокрема у форматі Stories. Наприклад, періодичне опитування підписників із подальшим наданням правильних відповідей або створення тематичної рубрики з аналізом правових ситуацій [3].

Вважаємо за необхідне звернути увагу на те, що головна проблема здійснення адвокатської діяльності в соціальних мережах полягає в тому, що який б не був корисний та цікавий контент адвоката на його сторінці в соціальних мережах — розвитку, підвищення рівню охопту профіля не буде без відповідної реклами. Найбільш резуль-

тативний та легкий в користуванні спосіб рекламування контенту в Instagram — це таргет. Його можна застосувати до будь-якого виду контенту: Stories, Reels, звичайна публікація — незалежно від того, буде в них фото, відео чи звичайний текст [4].

Отже, на основі вищезазначеного, слід вказати, що онлайн-просування — незамінний інструмент для адвокатів, які прагнуть знаходити нових клієнтів та бути конкурентоспроможними. Все тому, що за сучасних умов бути лише фахівцем — недостатньо, треба активно демонструвати себе в цифровому світі. Оптимізація своєї Instagram-сторінки покращить видимість у системах пошуку, а контент-маркетинг сформує довіру та зміцнить імідж. Також не слід забувати про таргет-рекламу, яка буде надавати швидкі результати, а соціальні мережі відкриють можливості розвивати особистий бренд адвоката і взаємодіяти з цільовою аудиторією.

Список використаної літератури

1. Правила адвокатської етики від 15.02.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001891-17#Text>
2. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України 05.07.2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17#n217>
3. Bogvik. Контент-план для соцмереж юриста. 2024. URL: <https://bogvik.net/smm/kontent-plan-dlya-socmerezh-yurista>
4. Max Zakhozhiy. Як юристу залучати клієнтів онлайн: топ-5 ефективних стратегій. 2025. URL: <https://uaateam.agency/blog/yak-yurystu-zaluchaty-kliyentiv-onlayn-top-5-efektyvnykh-stratehiy>

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

Кротова Е. О.

студентка 2-го курсу факультету судового та міжнародного права
Національного університету «Одеська юридична академія»

АДВОКАТСЬКА ТАЄМНИЦЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОГО СУДОЧИНСТВА

Принцип збереження адвокатської таємниці закріплений на законодавчому рівні та виступає однією з ключових правових гарантій у сфері здійснення правосуддя. Ця норма не лише визначає обсяг прав і обов'язків учасників судового процесу, а й відображає мораль-