



НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУДОВОГО ПРАВА

Матеріали X міжнародної
науково-практичної конференції

(25 квітня 2025 р.)



НАЦІОНАЛЬНИЙ ЮРИДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЯРОСЛАВА МУДРОГО
Кафедра кримінального процесу

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАВА
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Кафедра юстиції

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
Кафедра організації судових, правоохоронних органів та адвокатури
НІМЕЦЬКО-УКРАЇНСЬКЕ ОБ'ЄДНАННЯ ЮРИСТІВ
ГО «СТАЛЕ ПРАВОСУДДЯ»

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУДОВОГО ПРАВА

Матеріали X міжнародної науково-практичної конференції

(25 квітня 2025 р.)

Харків
«Право»
2025

Відповідальна редакторка *Л. М. Москвич*

Актуальні проблеми судового права : матеріали X міжнар.
А43 наук.-практ. конф. (25 квіт. 2025 р.) / [відп. ред. Л. М. Москвич] ;
Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, Каф. кримін. процесу ;
Навч.-наук. ін-т права Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, Каф. юстиції ;
Нац. ун-т «Одеська юрид. акад.», Каф. орг. суд., правоохорон.
органів та адвокатури ; Нім.-Укр. об-ня юристів ; ГО «Стале правосуддя». –
Харків : Право, 2025. – 376 с.

ISBN 978-617-8612-04-7

Збірник містить матеріали Десятої міжнародної науково-практичної конференції з актуальних проблем судового права, у якій взяли участь відомі вітчизняні та зарубіжні науковці та практики. Організаторами заходу виступили кафедра кримінального процесу Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, кафедра юстиції ННІ права Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кафедра організації судових, правоохоронних органів та адвокатури Національного університету «Одеська юридична академія», Німецько-Українське об'єднання юристів і ГО «Стале правосуддя». В основу видання покладено доповіді, виголошені учасниками конференції, які торкаються різноманітних аспектів судового права.

УДК 349.42

Матеріали викладено в авторській редакції.
Відповідальність за їхню якість, достовірність,
відсутність текстових запозичень несуть автори.

Відеозапис конференції за посиланням:



© Національний юридичний університет
імені Ярослава Мудрого, 2025

ISBN 978-617-8612-04-7

© ТОВ «Видавничий дім «Право», 2025

відповідальності за попередні зловживання, так і становлення соціального примирення задля майбутньої стабільності.

Окрім того, зважаючи на триваючу війну в Україні та окуповані регіони, питання створення подібних судових трибуналів та визначення критеріїв добору кандидатів для заповнення їх складу – досить скоро стане ще більш актуальним і для України.

Список використаних джерел:

1. Закон про Комісію з розслідування насильницьких зникнень, встановлення істини та примирення : Закон від 11.05.2014 № № 1 року 2071 (2014/2015). *Газета Непалу*. 2014. 11 трав. С. 39. URL: <https://www.satp.org/Docs/Document/839.pdf> (дата звернення: 10.04.2025).

2. Туту Д., Борейн А. Звіт Південноафриканської комісії Правди та примирення. 1998. 463 с. URL: <https://www.justice.gov.za/trc/report/finalreport/Volume5.pdf> (дата звернення: 10.04.2025).

3. Про створення колегій з виключною юрисдикцією щодо тяжких кримінальних злочинів : Регламент від 06.06.2000 № UNTAET/REG/2000/15. URL: <https://peacekeeping.un.org/sites/default/files/past/etimor/untaetR/Reg0015E.pdf> (дата звернення: 10.04.2025).

Науковий керівник: докторка юридичних наук, професорка, завідувачка кафедри юстиції Інституту права Київського національного університету імені Тараса Шевченка Хотинська-Нор О. З.

Дудник В. Ю.

*Студентка I-го курсу факультету
адвокатури та антикорупційної діяльності
Національного університету «Одеська
юридична академія»*

АДВОКАТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЧИ ПРИХОВАНА РЕКЛАМА

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали потужним інструментом комунікації та впливу на громадську думку.

Юридична спільнота, зокрема адвокати, також активно інтегрується в цифровий простір. Проте, виникає фундаментальне питання: чи має адвокат рекламувати себе через соціальні мережі, чи така діяльність суперечить професійній етиці та принципам адвокатури?

Адвокатура історично була професією, що базувалася на репутації, здобутій роками успішної практики та високих моральних стандартах. Традиційно, найкращою рекомендацією для адвоката були його професійні досягнення та задоволені клієнти, які передавали інформацію про якісні послуги через «сарафанне радіо». Така система формування репутації забезпечувала природний відбір найкращих фахівців та підтримувала високий рівень довіри до професії [5].

Сучасні тенденції цифрового маркетингу, навпаки, часто спрямовані на швидке створення видимості успіху без реального підґрунтя. Адвокати, які масово публікують селфі з судових засідань, хизуються «перемогами» без контексту справи, демонструють розкішний спосіб життя як доказ професійної успішності, фактично підмінюють зміст форматом, що суперечить суті правозахисної діяльності [7].

Правила адвокатської етики встановлюють чіткі межі щодо реклами та самопрезентації адвокатів [2]. Надмірне самопросування у соціальних мережах породжує серйозні етичні проблеми, які впливають як на репутацію окремого адвоката, так і на престиж професії загалом [4, 6].

Однією з найгостріших проблем виступає порушення конфіденційності клієнта. Навіть без прямого зазначення імен, адвокати, публікуючи деталі справ, можуть розкривати конфіденційну інформацію, особливо у резонансних випадках, де специфічні обставини легко ідентифікуються зацікавленими особами [2, 3]. Соціальні платформи також створюють спокусу демонструвати виключно успішні кейси, формуючи тим самим викривлене уявлення про професійні можливості правника, оскільки природа соціальних мереж спонукає ділитися переважно позитивними результатами, замовчуючи невдачі чи складнощі [5].

Маніпулятивний вплив на потенційних клієнтів проявляється через використання емоційно забарвлених історій та перебільшення власних досягнень, що згодом призводить до формування нереалістичних очікувань у клієнтів щодо можливих результатів [6].

Адвокат, який інвестує значні ресурси в самопрезентацію в соціальних мережах, неминуче стикається з професійними ризиками. Його увага розпорошується між фаховою діяльністю та підтриманням соціального іміджу, що відволікає від ґрунтового аналізу справ та якісної

підготовки правової позиції. Орієнтація на швидкий контент часто призводить до поверхневого ставлення до справ та спрощення складних юридичних питань, а це безпосередньо загрожує якості правової допомоги [4, 3].

Прагнення створити «історію успіху» для соціальних мереж може спричинити конфлікт інтересів, коли стратегія ведення справи обирається не з міркувань максимальної користі для клієнта, а задля потенційно вигідного висвітлення в медіапросторі. Серйозною проблемою стає також втрата професійного авторитету серед колег, адже адвокати, відомі своєю активною самопрезентацією в мережі, часто сприймаються критично в професійному середовищі, що ускладнює колегіальну взаємодію та співпрацю.

Замість агресивної самореклами в соціальних мережах, професійна репутація адвоката може і має формуватися через реальні досягнення у справах, систематичну якісну роботу над захистом інтересів клієнтів. Вагомим внеском у репутацію стають експертні публікації та виступи, де правник демонструє глибоке розуміння правових питань та пропонує фаховий аналіз у спеціалізованих виданнях чи під час професійних дискусій. Професійний нетворкінг через активну участь у конференціях та заходах юридичної спільноти природно розширює коло потенційних клієнтів та формує репутацію. Проактивна соціальна позиція, залучення до рго бопо ініціатив, правопросвітницьких проєктів та громадських обговорень законодавства є проявом професіоналізму та соціальної відповідальності адвоката [5].

«Сарафанне радіо» зберігає свою цінність як джерело клієнтів навіть у цифрову епоху, оскільки рекомендації задоволених клієнтів базуються на реальному досвіді співпраці, а не на віртуальному іміджі. Такі рекомендації передаються через довірчі канали спілкування між людьми зі схожими проблемами чи потребами, містять інформацію не лише про результати роботи, але й про особисті якості адвоката, його підхід до роботи та комунікативні навички. На відміну від самореклами, рекомендації клієнтів позбавлені комерційного підтексту, що істотно підвищує їх цінність та достовірність [1, 2].

Більшість правових систем запроваджують суворі обмеження щодо реклами адвокатських послуг, проте ці обмеження часто порушуються в соціальних мережах. Адвокати можуть публікувати гарантії результату, прямо заборонені правилами адвокатської етики, використовувати порівняльну рекламу, представляючи свої послуги кращими за послуги

колег, поширювати емоційно перевантажений контент, що апелює до страху чи інших сильних емоцій потенційних клієнтів, або навіть поширювати недостовірну інформацію про свої професійні досягнення чи кваліфікацію [7].

Присутність адвоката в соціальних мережах балансує на тонкій межі між інформуванням та саморекламою. Проте справжній професіоналізм полягає не в умінні створювати привабливий образ, а в реальних справах та ефективному захисті інтересів клієнтів. Репутація, здобута через якісну роботу та рекомендації задоволених клієнтів, є значно міцнішою за популярність у соціальних мережах. Адвокатура як професія має зберігати свої фундаментальні цінності – незалежність, конфіденційність, професіоналізм та етичність, не піддаючись спокусі швидкої популярності через агресивне самопросування в цифровому просторі [2].

Підтримка традиційних цінностей адвокатури не означає повну відсутність адвоката в інформаційному просторі, але передбачає виважений, етичний підхід, де основним критерієм успіху залишається якість правової допомоги, а не кількість підписників та лайків [4].

Список використаних джерел:

1. Про адвокатуру та адвокатську діяльність : Закон України від 05.07.2012 р. № 5076-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5076-17> (дата звернення: 12.04.2025).

2. Правила адвокатської етики : затв. Звітно-виборним з'їздом адвокатів України від 09.06.2017 р. URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/legislation/pravila/2019-03-15-pravila-2019_5cb72d3191e0e.pdf (дата звернення: 12.04.2025).

3. Рішення Ради адвокатів України «Про затвердження роз'яснення щодо рекламування адвокатської діяльності» від 26.02.2016 р. № 172. URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/legislation/rishennya/2019-03-15-r-shennya-rau-53_5cb72ea887e0a.pdf (дата звернення: 12.04.2025).

4. Бакаянова Н. М. Етичні основи адвокатської діяльності в соціальних мережах. Вісник Національного університету «Одеська юридична академія». 2022. Вип. 29. С. 15–23. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonyua> (дата звернення: 12.04.2025).

5. Святоцька В. О. Адвокатська етика у цифрову епоху: виклики та перспективи. Право України. 2023. № 4. С. 87–98. URL: <https://pravoua.com.ua/ua/store/pravoukr/> (дата звернення: 12.04.2025).

6. Вільчик Т. Б. Реклама адвокатської діяльності: міжнародний досвід та українські реалії. Науковий вісник Ужгородського національного універ-

ситету. Серія: Право. 2023. Вип. 73. С. 105–112. URL: <https://journals.uzhnu.edu.ua/index.php/law> (дата звернення: 12.04.2025).

7. Фляжнікова Я. В. Маркетинг юридичних послуг в Україні: етичний аспект. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Юридичні науки. 2024. Вип. 1. С. 45–53. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_23/ (дата звернення: 12.04.2025).

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

Єршов Марко,
*студент I курсу другого
(магістерського) рівня вищої освіти
3 групи факультету юстиції
Національного юридичного
університету імені Ярослава Мудрого*

ПРОБЛЕМИ ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗАСОБІВ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦЗВ'ЯЗКУ

Право на звернення до суду є фундаментальним правом, що гарантується як статтею 55 Конституції України або статтею 6 Європейської конвенції з прав людини, так і Законом України «Про судоустрій і статус суддів» (ч. 3 ст. 7).

Водночас, такі обставини, як небезпека у зв'язку з військовою агресією російської федерації проти України, віддаленість місцезнаходження суду, що розглядає справу, неможливість прибути до суду через стан здоров'я тощо не повинні бути перешкодою в доступі до правосуддя.

При цьому, як зазначає Європейський суд з прав людини в справі «Метьюз проти Сполученого Королівства» («*Matthews v. the United Kingdom*»), заява №24833/94, п. 34), Конвенція покликає гарантувати не теоретичні й ілюзорні, а практичні й ефективні права [1].

Частиною сьомою статті 11 Закону України «Про судоустрій і статус суддів» передбачається: учасникам судового процесу на підставі судово-

Боровська А. О.

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ДОРАДЧИХ ОРГАНІВ У СУДОВІЙ ВЛАДІ УКРАЇНИ: ДЕЯКІ АСПЕКТИ	174
--	-----

Вігірінський Андрій

ФОРМАЛЬНО-ФУНКЦІОНАЛІСТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ЗАКОННОСТІ У ПРАКТИЦІ СУДОВОЇ ВЛАДИ, В УМОВАХ НАДЗВИЧАЙНИХ ОБСТАВИН	178
--	-----

Возна Д. В.

НЕВІЙСЬКОВА СЛУЖБА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: СУДОВА ПРАКТИКА	183
--	-----

Гартман Юлія

ПЕРЕХІДНЕ ПРАВОСУДДЯ ЯК КОМПЛЕКСНА КОНЦЕПЦІЯ У СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ І ВІДНОВЛЕННЯ ПОРУШЕНИХ ПРАВ І СВОБОД В УКРАЇНІ ВНАСЛІДОК ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ РФ	187
---	-----

Гривенко В. В.

ЩОДО ВПЛИВУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА СУДОВУ ВЛАДУ В УКРАЇНІ	193
---	-----

Давидзон Д. О.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ АДВОКАТА ТА МЕДІАТОРА: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ	196
--	-----

Дзядевич В. Р.

РОЛЬ СУДДІВ У ВІДСТАВЦІ В УМОВАХ ТРАНЗИТНОГО ПРАВОСУДДЯ	200
--	-----

Дудник В. Ю.

АДВОКАТ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: САМОПРЕЗЕНТАЦІЯ ЧИ ПРИХОВАНА РЕКЛАМА	204
---	-----

Єршов Марко

ПРОБЛЕМИ ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗАСОБІВ ВІДЕОКОНФЕРЕНЦІВ'ЯЗКУ	208
--	-----

Єслюкова Валерія

СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВИЙ ЗАХИСТ ПРАВ ЖІНОК- ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ: АНАЛІЗ ОКРЕМИХ СУДОВИХ РІШЕНЬ	211
--	-----

Єщенко О. В.

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ДОСТУПУ ДО ПРАВОСУДДЯ В ПРАВІ ЄС	215
---	-----