

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЮРИСТА: ПРИМЕНЯТЬ ИЛИ ИЗБЕГАТЬ?

**Селькова Анастасия Андреевна**

Доцент кафедры гражданского процесса Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева (Екатеринбург), кандидат юридических наук,  
ORCID: 0000-0003-4125-4720, e-mail: a.a.selkova@uslu.su.

*За последние несколько лет прогресс в области социальных сетей затруднил понимание того, каким образом пользоваться всеми их преимуществами, соблюдая нормы профессиональной этики. С этой проблемой столкнулось и юридическое сообщество. В статье рассматривается влияние социальных сетей на профессиональную этику юристов. Углубляясь в данную тематику, автор предлагает рекомендации по корректному поведению в пространстве социальных сетей с точки зрения соблюдения юристами этических норм. Дается анализ некоторых этических конфликтов, возникающих в связи с использованием юристами социальных сетей. Детально разбираются такие случаи нарушения профессиональной этики, как несоблюдение обязанности соблюдать режим конфиденциальности информации, ненадлежащий характер рекламы юридических услуг и осуществление несанкционированной юридической практики. Автор также исследует вопросы, связанные с применением юристами социальных сетей в рамках подготовки к судебному разбирательству и во время разрешения спора судом. В заключении автором приводятся основные положения, которым должны следовать юристы для оптимального управления социальными сетями и предоставления квалифицированной юридической помощи.*

*Ключевые слова: профессиональная этика, социальные сети, режим конфиденциальности, юридическая помощь*

*Для цитирования: Селькова А. А. Социальные сети в профессиональной деятельности юриста: применять или избегать? // Электронное приложение к «Российскому юридическому журналу». 2023. № 5. С. 19–25. DOI: [https://doi.org/10.34076/22196838\\_2023\\_5\\_19](https://doi.org/10.34076/22196838_2023_5_19).*

## SOCIAL MEDIA IN THE PROFESSIONAL PRACTICE OF A LAWYER: TO USE OR TO AVOID?

**Selkova Anastasia**

Associate professor, Ural State Law University named after V. F. Yakovlev, candidate of legal sciences (Yekaterinburg), ORCID: 0000-0003-4125-4720, e-mail: a.a.selkova@uslu.su.

*Over the past few years development in the social networks sphere has led to the difficulty of understanding how to take advantage of all their benefits while obeying the professional ethics norms. The legal community also experienced this problem. The author describes the impact of social networks on the professional ethics of lawyers. Delving into this topic, the author offers recommendations for lawyers in order to correct their behavior within the social networks in terms of compliance with ethical standards. The article contained analysis of some ethical conflicts arising from the use of social networks by lawyers. In addition, the author dwells upon particular cases of violations of professional ethics, such as non-compliance with the confidentiality regime, the inappropriate advertising of legal services and the implementation of unauthorized legal practices. Furthermore, the author goes into detail with some issues related to the use of social networks by lawyers during pre-trial period and trial itself. In conclusion the author provides some key provisions that lawyers should follow for the optimal adjustment of social networks and providing of qualified legal assistance.*

*Key words: professional ethics, social networks, confidentiality regime, legal assistance*

*For citation: Selkova A. (2023) Social media in the professional practice of a lawyer: to use or to avoid? In *Elektronnoe prilozhenie k «Rossiiskomu yuridicheskomu zhurnalu»*, no. 5, pp. 19–25, DOI: [https://doi.org/10.34076/22196838\\_2023\\_5\\_19](https://doi.org/10.34076/22196838_2023_5_19).*

## I. Социальные сети как фактор преобразования профессиональной этики юристов

Социальные сети давно стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. С их появлением расширились возможности для общения, обмена информацией, продвижения и развития гражданского общества. Технологии и принципы работы социальных сетей также постоянно модернизируются и затрагивают многие области профессиональной деятельности, вводя в них не только новые способы обмена информацией, но и связанные с этим риски. Особенно остро они ощущаются юристами, которые все чаще сталкиваются с проблемными аспектами взаимодействия между этическими профессиональными обязательствами и использованием социальных сетей. Круг этических вопросов, возникающих при использовании юристами социальных сетей, необычайно широк, большинство из них напрямую влияют на их работу с клиентами и на защиту профессиональной репутации. В данной статье будет дан обзор наиболее значимых факторов риска, сопутствующих росту включения социальных сетей в профессиональную юридическую практику.

Революция, произведенная социальными сетями, выразилась в первую очередь в возможности мгновенного обмена информацией через многообразные платформы<sup>1</sup>. Сегодня большинство населения использует социальные сети в личных или профессиональных целях, в том числе многие юристы, которые ищут в Интернете новых клиентов, рекламируют собственные услуги, общаются с коллегами.

Хотя использование социальных сетей имеет ряд преимуществ, юристам следует проявлять осторожность, учитывая некоторые аспекты профессиональной этики, влияющей на поведение в цифровом пространстве<sup>2</sup>. Размещение публикаций в социальных сетях, отправка электронной документации и взаимодействие с клиентами должны соответствовать этическим нормам, на которые следует ориентироваться при любом взаимодействии на онлайн-платформах как в личном, так и в профессиональном контексте.

## II. Принципы поведения в социальных сетях

Среди всех практик использования социальных сетей для юристов наиболее актуальны те, что связаны с публикацией материалов в Интернете. Применительно к данному аспекту особенно важно определить, какой размещается контент и на какой именно онлайн-платформе. Каким бы ни был материал, предназначенный для публикации в Интернете, юристу предпочтительно придерживаться определенных базовых принципов поведения в социальных сетях:

перед публикацией какого-либо материала юрист должен рассмотреть все потенциальные последствия этого, в первую очередь избегать сообщения информации, которая может быть истолкована как юридическая консультация. Для ее предоставления юристу следует сделать отдельное уведомление об этом;

благодаря таким платформам, как Twitter или Facebook, люди делятся контентом по всему миру. Соответственно, при размещении информации на этих сайтах юристам следует избегать публикации материалов, которые, как правило, предоставляются клиентам в частном порядке. Приемлемыми темами для постов могут быть обзоры изменений законодательства или описания примечательной судебной практики;

при общении в социальных сетях юрист должен помнить о том, что любое лицо, которое консультируется с ним по вопросам права, является потенциальным клиентом. Поэтому при размещении информации в социальных сетях юрист должен преду-

<sup>1</sup> Couture S. What does the notion of sovereignty mean when referring to the digital? // *New Media & Society*. 2019. Vol. 21. № 10. P. 2317.

<sup>2</sup> Hendricks J. A. *Social Media and Strategic Communications*. L.: Palgrave Macmillan, 2013. P. 220.

преждать, что она не предназначена для оформления отношений между адвокатом и клиентом или дачи юридических консультаций<sup>1</sup>. Это в первую очередь относится к юристам, ведущим блог или публикующим посты на интерактивных платформах;

для рекламы своих услуг юрист вправе обращаться к любым средствам массовой информации, в том числе к социальным сетям. Тем не менее реклама не должна содержать ложных сведений или вводить в заблуждение.

### **III. Новые форматы применения юристами социальных сетей в контексте профессиональной деятельности**

Помимо таких распространенных способов использования юристами социальных сетей, как поиск новых клиентов, реклама и общение с коллегами, можно выделить и относительно новые практики осуществления юристами профессиональной деятельности в Интернете.

#### *Онлайн-петиции и краудфандинг*

Все чаще юристы используют в своей профессиональной деятельности онлайн-петиции или краудфандинг. В некоторых случаях такие способы существенно повышают осведомленность общественности о деле конкретного клиента и гарантируют ему более эффективную защиту прав. Тем не менее даже минимальное использование социальных сетей в данном контексте требует от юриста проявления осторожности, так как любое проявление неэтичного поведения в этой области может привести к неблагоприятным последствиям как для клиента, так и для профессиональной репутации юриста.

#### *Сбор информации в Интернете в рамках подготовки к судебному разбирательству*

Этические пределы и последствия использования юристами социальных сетей для сбора информации в профессиональных целях (например, изучение профилей участников процесса при подготовке к судебному разбирательству) до сих пор остаются предметом обсуждения<sup>2</sup>. Хотя доступ к информации о человеке и просмотр его аккаунтов в социальных сетях не являются правонарушением, всегда остается риск нарушения юристом норм профессиональной этики. Особенно противоречивой может стать следующая ситуация: адвокат, представляющий одну из сторон в судебном процессе, решает собрать сведения о процессуальном оппоненте и просит «подружиться» с ним своего коллегу. Этичность подобного поведения весьма спорна, так как в данном случае адвокат получит информацию об участнике разбирательства обманным путем.

#### *Потоковая передача видео*

Названная функция быстро завоевала популярность в социальных сетях. По сравнению с обычным форматом показа изображений потоковая передача позволяет обмениваться информацией в режиме реального времени. Невозможность ее дальнейшего редактирования создает множество рисков для юристов как в личном, так и в профессиональном контексте.

Как видно из всего вышесказанного, традиционные и новые практики осуществления юристами профессиональной деятельности в Интернете часто сопровождаются риском для их профессиональной репутации. Это связано с тем, что публикации в Интернете общедоступны и после размещения, как правило, не могут быть удалены, т. е. любые сведения, опубликованные в социальных сетях, становятся доступными для всех пользователей, без ограничений какой-либо конкретной группой или аудиторией<sup>3</sup>. Вместе с тем, даже если первоначально информация не являлась общедоступной, ее раскрытие может произойти позже, что потенциально нанесет ущерб ре-

<sup>1</sup> Lackey M. Lawyers and Social Media: The Legal Ethics of Tweeting, Facebooking and Blogging // Touro Law Review. 2012. Vol. 28. № 1. P. 152.

<sup>2</sup> Bagger C. An organisational cultivation of digital resignation? Enterprise social media, privacy, and autonomy // Nordicom Review. 2021. Vol. 42. № 4. P. 190.

<sup>3</sup> Van Looy A. Social Media Management. Cham: Springer, 2016. P. 232.

путации. При этом у нас нет возможности контролировать, как другие пользователи используют платформы социальных сетей<sup>1</sup>.

Применительно к данному аспекту следует также обратить внимание на «корпоративное» использование социальных сетей сотрудниками юридических фирм<sup>2</sup>. Представляется, что именно они должны быть ответственны за поведение своих работников в социальных сетях. Лучшим вариантом является наличие в юридической фирме локального нормативного акта с указаниями по этому вопросу, включая положения о том, что допустимо и что не рекомендуется размещать на онлайн-платформах. Кроме того, важно инструктировать сотрудников относительно нежелательности опубликования в аккаунтах социальных сетей любых сведений, которые могут быть атрибутированы как исходящие от самой фирмы<sup>3</sup>.

#### IV. Обращение к функционалу социальных сетей при разрешении спора судом

Отдельно стоит упомянуть об особенностях использования юристами социальных сетей во время судебного разбирательства (обычно на стадиях подготовки, предварительного разбирательства и при раскрытии доказательств).

Во-первых, юристам следует избегать любых заявлений, которые могут отрицательно сказаться на справедливости процесса. Вместе с тем, если адвокат противоположной стороны негативно высказывается в Интернете о вашем доверителе, вы, в свою очередь, можете опровергнуть эту информацию через социальные сети, смягчив или устранив потенциальный ущерб.

Во-вторых, применение правила о раскрытии доказательств в контексте социальных сетей предполагает запрет на удаление или изменение любого контента, относящегося к судебному процессу, т. е. каждая из сторон разбирательства должна иметь доступ ко всем доказательствам и документам, обладающим потенциальной доказательственной ценностью. Представляется, что данное положение не противоречит тем случаям, когда юрист консультирует клиента по вопросам изменения настроек конфиденциальности или удаления контента, при условии выполнения обязанности по обеспечению доступа остальных участников судопроизводства к доказательствам. Другими словами, любые действия по изменению или удалению контента будут свидетельствовать о недобросовестности по отношению к суду.

В-третьих, использование социальных сетей для сбора доказательств также должно быть этичным. Следует также учитывать интерактивный характер самого контента, часто требующий обращения к технически сложным методам сбора соответствующих сведений (например, к таковым относятся динамический захват и загрузка контента от провайдера). В частности, снимок экрана или распечатка веб-страницы не всегда могут точно воспроизводить информацию, так как обычно не содержат определенные метаданные, видео или другие элементы, необходимые для корректного отображения. Более того, некоторые из таких элементов могут сами по себе иметь доказательственное значение. Это требует их надлежащей аутентификации и добавления к материалам дела. Отсюда следует, что юристы должны инструктировать клиентов относительно их действий в социальных сетях и предупреждать о потенциальных рисках изменения или удаления доказательственного контента (о процессуальных санкциях или о неблагоприятном исходе судебного разбирательства).

Не менее противоречивым является вопрос обращения к социальным сетям для сбора данных, потенциально способных повлиять на исход процесса. Типичным примером нарушения профессиональной этики в данном случае является рассмотренная ранее ситуация, когда юрист отправляет человеку запрос на добавление в друзья исключительно с целью получить доступ к его личной информации, которая может быть полезна для подготовки к судебному разбирательству. Это поведение в определенной степени можно охарактеризовать в качестве злоупотребления правом<sup>4</sup>. Даже

<sup>1</sup> *Pardau S.* The FTC, the unfairness doctrine, and privacy by design: New legal frontiers in cyber security // *Journal of Business & Technology Law.* 2017. Vol. 12. № 2. P. 246.

<sup>2</sup> *White C.* Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations // *Public Relations Review.* 2020. Vol. 46. № 5. P. 3.

<sup>3</sup> *Trepte S.* The social media privacy model: Privacy and communication in the light of social media affordances // *Communication Theory.* 2021. Vol. 31. № 4. P. 559.

<sup>4</sup> *Baker-Eveleth L.* Understanding social media users' privacy-protection behaviours // *Information & Computer Security.* 2021. Vol. 30. № 3. P. 334.

если юрист заранее заявляет соответствующему лицу о цели отправки запроса на добавление в друзья, предпочтительнее вовсе воздержаться от его направления, так как этичность подобного действия по-прежнему видится сомнительной. Более того, здесь вполне оправданно говорить о факте нарушения профессиональной этики, несмотря на то, что сведения, находящиеся в открытом доступе, вполне допустимы для использования.

Неоднозначен ответ на вопрос об общении юристов и судей в социальных сетях. Оно вполне допустимо с точки зрения работы в одной и той же сфере. Однако следует различать общение в социальных сетях с судьей, с которым у юриста не было опыта совместного участия в судебных процессах, и с судьей, с которым подобный опыт имелся. Первый вариант видится допустимым в плане соблюдения требований профессиональной этики. Во втором случае, напротив, существуют весьма обоснованные основания подозревать наличие элементов предвзятости в рамках судебного разбирательства. Единственный способ избежать их – исключить любые формы взаимодействия с судьей в социальных сетях. Таким образом, только всесторонний учет юристом негативных последствий установления отношений в социальных сетях с судьями способен снизить потенциальные риски нарушения норм профессиональной этики.

## V. Роль социальных сетей в модернизации института представительства

С того момента как социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни большинства людей, юристы столкнулись с новыми требованиями к стандартам выполнения ими функции компетентного представительства. В первую очередь, помимо мониторинга последних изменений в законодательстве и практики его применения, юристу следует делать обзор появляющихся информационных технологий. Сказанное не означает, что юристы должны быть экспертами в этой области. Достаточно будет знать основные особенности и функционал технологий и понимать, как этично их использовать.

Итак, какие же действия требуются от юриста для надлежащего выполнения функции компетентного представительства в условиях постоянного цифрового прогресса? Прежде всего следует соблюдать режим конфиденциальности персональных данных клиента, если последний не дает информированного согласия на их разглашение. Любое общение с доверителем в социальных сетях должно осуществляться исключительно через личные сообщения для выполнения требований режима конфиденциальности<sup>1</sup>. Им охватывается также срок судебного разбирательства, в течение которого следует воздерживаться от любых публикаций по поводу рассматриваемого дела. Данная рекомендация относится и к самому доверителю. Избегать распространения сообщений в социальных сетях о ходе дела чрезвычайно важно для целей поддержания конфиденциальных отношений между юристом и клиентом<sup>2</sup>.

Однако юристы используют социальные сети не только для оперативного взаимодействия с доверителем. Иногда с их помощью юристы выражают свое мнение относительно тем, интересных широкой общественности. Как правило, это делается в личном блоге или на публичной онлайн-платформе. Несмотря на то, что подобные заявления предназначены для широкой аудитории, юристы по-прежнему должны соблюдать режим конфиденциальности и не раскрывать информацию, относящуюся к их профессиональному взаимодействию с клиентами и коллегами<sup>3</sup>.

## VI. Заключение

Социальные сети становятся все более популярными среди юристов благодаря своему интерактивному характеру и важной роли в обеспечении связи с клиентами, коллегами и общественностью. Тем не менее взаимодействие в социальных сетях часто ведет к нарушению норм профессиональной этики. Основной причиной этого

<sup>1</sup> Chung K. Social media privacy management strategies: A SEM analysis of user privacy behaviours // Computer Communications. 2021. Vol. 174. P. 127.

<sup>2</sup> Ziegeldorf J. Privacy in the internet of things: Threats and challenges // Security and Communication Networks. 2014. Vol. 7. № 1. P. 2731.

<sup>3</sup> Krämer N. Mastering the challenge of balancing self-disclosure and privacy in social media // Current Opinion in Psychology. 2020. Vol. 31. P. 68.

видится отсутствие внутри юридического сообщества четкого представления о природе социальных сетей и размещаемого в них контента. Множество этических проблем связаны с общедоступностью информации в социальных сетях, ознакомиться с которой может любой человек, что потенциально может повлиять не только на самих юристов, но и на их клиентов и коллег. Юристы должны учитывать это перед публикацией контента и осуществлять любое взаимодействие в социальных сетях, стараясь избегать этических нарушений, которые могут привести к процессуальным санкциям или дисциплинарным взысканиям. Независимо от цели использования социальных сетей (начиная от ведения бизнеса до юридического просвещения общественности), юристы должны соблюдать режим конфиденциальности сведений, касающихся доверителей и судебных разбирательств. Юридическим фирмам необходимо разработать внутрикорпоративную политику работы в Интернете и обучать сотрудников этике поведения в социальных сетях.

Таким образом, несмотря на множество преимуществ социальных сетей, при их использовании юристам надлежит быть предельно осторожными, принимая во внимание этические обязательства и ограничения, влияющие на многие практические аспекты профессиональной деятельности. Юристы должны учитывать определенные этические соображения и правила, прежде чем использовать социальные сети как в личном, так и в профессиональном контексте.

### Список литературы

Bagger C. An organisational cultivation of digital resignation? Enterprise social media, privacy, and autonomy // *Nordicom Review*. 2021. Vol. 42. № 4. P. 185–198.

Baker-Eveleth L. Understanding social media users' privacy-protection behaviours // *Information & Computer Security*. 2021. Vol. 30. № 3. P. 324–345.

Chung K. Social media privacy management strategies: A SEM analysis of user privacy behaviours // *Computer Communications*. 2021. Vol. 174. P. 122–130.

Couture S. What does the notion of sovereignty mean when referring to the digital? // *New Media & Society*. 2019. Vol. 21. № 10. P. 2305–2322.

Hendricks J. A. *Social Media and Strategic Communications*. L.: Palgrave Macmillan, 2013. 263 p.

Krämer N. Mastering the challenge of balancing self-disclosure and privacy in social media // *Current Opinion in Psychology*. 2020. Vol. 31. P. 67–71.

Lackey M. Lawyers and Social Media: The Legal Ethics of Tweeting, Facebooking and Blogging // *Touro Law Review*. 2012. Vol. 28. № 1. P. 149–182.

Pardau S. The FTC, the unfairness doctrine, and privacy by design: New legal frontiers in cyber security // *Journal of Business & Technology Law*. 2017. Vol. 12. № 2. P. 227–276.

Trepte S. The social media privacy model: Privacy and communication in the light of social media affordances // *Communication Theory*. 2021. Vol. 31. № 4. P. 549–570.

Van Looy A. *Social Media Management*. Cham: Springer, 2016. 250 p.

White C. Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations // *Public Relations Review*. 2020. Vol. 46. № 5. P. 1–7.

Ziegeldorf J. Privacy in the internet of things: Threats and challenges // *Security and Communication Networks*. 2014. Vol. 7. № 1. P. 2728–2742.

### Reference

Bagger C. (2021) An organisational cultivation of digital resignation? Enterprise social media, privacy, and autonomy. In *Nordicom Review*, vol. 42, no. 4, pp. 185–198, DOI: 10.2478/nor-2021-0049.

Baker-Eveleth L. (2021) Understanding social media users' privacy-protection behaviours. In *Information & Computer Security*, vol. 30, no. 3, pp. 324–345, DOI: 10.1108/ICS-07-2021-0099.

Chung K. (2021) Social media privacy management strategies: A SEM analysis of user privacy behaviours. In *Computer Communications*, vol. 174, pp. 122–130, DOI: 10.1016/j.comcom.2021.04.012.

Couture S. (2019) What does the notion of sovereignty mean when referring to the digital? In *New Media & Society*, vol. 21, no. 10, pp. 2305–2322, DOI: 10.1177/1461444819865984.

Hendricks J. A. (2013) *Social Media and Strategic Communications*. London, Palgrave Macmillan, 263 p.

Krämer N. (2020) Mastering the challenge of balancing self-disclosure and privacy in social media. In *Current Opinion in Psychology*, vol. 31, pp. 67–71, DOI: 10.1016/j.copsy.2019.08.003.

Lackey M. (2012) Lawyers and Social Media: The Legal Ethics of Tweeting, Facebooking and Blogging. In *Touro Law Review*, vol. 28, no. 1, pp. 149–182.

Pardau S. (2017) The FTC, the unfairness doctrine, and privacy by design: New legal frontiers in cyber security. In *Journal of Business & Technology Law*, vol. 12, no. 2, pp. 227–276.

Trepte S. (2021) The social media privacy model: Privacy and communication in the light of social media affordances. In *Communication Theory*, vol. 31, no. 4, pp. 549–570, DOI: 10.1093/ct/qtz035.

Van Looy A. (2016) *Social Media Management*. Cham, Springer, 250 p.

White C. (2020) Social media ethics in the data economy: Issues of social responsibility for using Facebook for public relations. In *Public Relations Review*, vol. 46, no. 5, pp. 1–7, DOI: 10.1016/j.pubrev.2020.101980.

Ziegeldorf J. (2014) Privacy in the internet of things: Threats and challenges. In *Security and Communication Networks*, vol. 7, no. 1, pp. 2728–2742, DOI: 10.1002/sec.795.