

# ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ ЮРИСТА В ИНТЕРНЕТЕ

ВСЁ БОЛЬШЕ ЮРИСТОВ РАЗВИВАЮТ СВОЙ ЛИЧНЫЙ БРЕНД, И ИНТЕРНЕТ ОКАЗЫВАЕТ БОЛЬШОЕ ВЛИЯНИЕ НА ВОСПРИЯТИЕ ИХ КАК ПРОФЕССИОНАЛОВ. МЫ СПРОСИЛИ У ПРАКТИКУЮЩИХ ЮРИСТОВ, КАК УПРАВЛЯТЬ РЕПУТАЦИЕЙ И КАКУЮ РОЛЬ В ЭТОМ ИГРАЮТ СОЦСЕТИ.



**ЮЛИЯ МИХАЛЬЧУК**

АДВОКАТ, СОВЕТНИК Saveliev,  
Batanov & Partners

Facebook – это окно возможностей. Он занимает много времени, но этому есть оправдание: он стал частью моей работы. Ежедневно я делаю публикации в группе «Корпоративное право», освещаю актуальную судебную практику и интересные новости о корпоративных процедурах и конфликтах. Эти публикации приводят к содержательным обсуждениям, которые не сводятся к банальностям. Наоборот, коллеги в комментариях делятся опытом, дают конкретные практические рекомендации, которые нередко помогают в судах. Не буду скрывать, пару раз я даже меняла свои правовые взгляды под натиском конструктивной критики, что в конечном счёте

помогало достигать наилучших результатов для клиентов.

Со многими яркими и выдающимися юристами я сначала познакомилась на Facebook, точнее – в комментариях к нетривиальным правовым постам. С кем-то в дальнейшем стали хорошими друзьями, с кем-то впоследствии даже вели совместные проекты. Но самое главное – соцсети помогают найти надёжных помощников и подрядчиков в смежных областях права, а также в других регионах.

Благодаря Facebook мы познакомились с Дмитрием Степановым из АБ «ЕПАМ». Затем провели исследование об ответственности директоров, а через полгода выпустили совместную книгу.

Соцсети не только позволяют быть в курсе самых горячих правовых тем, но и помогают транслировать свою компетенцию. Публикации про основную сферу моих профессиональных интересов – корпоративные споры – традиционно набирают много лайков, ведь большинство моих френдов – юристы. Лайки и репосты привлекают внимание более широкой аудитории. Корреспонденты ведущих федеральных СМИ стали обращаться за экспертным мнением по громким делам. Организаторы конференций и форумов приглашают на свои мероприятия. Каждый год я посещаю с десяток крупных мероприятий: большую часть в качестве спикера, в последнее время – всё чаще как модератор. Это отличный повод встретить коллег, расширить базу контактов, обсудить проекты и громкие кейсы, обменяться мнениями. Но главное, что такие встречи помогают «развиртуализоваться»: познакомиться с реальными людьми, стоящими за электронными профилями.

“

**СОЦСЕТИ ПОМОГАЮТ  
ТРАНСЛИРОВАТЬ  
КОМПЕТЕНЦИЮ**

”

Посты должны быть разнообразными. Невозможно делиться только судебной практикой – так запросто можно прослыть не просто занудой, но и юристом с ограниченным кругозором, неспособным в критический момент выйти за рамки шаблонов, изобрести нестандартную правовую позицию, найти выход из тупика. Я много путешествую и охотно делюсь фотографиями на юридическую тематику, хотя стараюсь делать больше таких публикаций в другой социальной сети: Instagram. В последнее время мне интересно публиковать исследования в области корпоративного управления. Всё чаще в комментариях к моим постам можно увидеть мнения профессиональных директоров, экономистов и учёных.

Путь к профессиональному признанию в интернете лежит через интересный контент, но прежде всего – через уважение к подписчикам.

**В**се мы в детстве любили смотреть голливудские фильмы про супергероев. Супермен, Бэтмен, Человек-Паук вселяли в нас надежду, что мир под мощной защитой. Мы бежали на улицу и изображали их.

Юрист в какой-то мере тот же супергерой. У него нет суперспособностей летать или вязать паутину, но на него довольно часто также смотрят с надеждой на чудо и верой, что он найдёт выход из любой ситуации, защитит.

“

## ПОВЕДЕНИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ЖИВЫМ, НО НЕ КРИЧАЩИМ

”

Поэтому репутация юриста сродни репутации супергероя – она должна внушать клиенту, что ему обязательно помогут. В силу этого юрист должен управлять репутацией.

### ПРОФЕССИОАЛИЗМ

Первое и самое очевидное правило для управления репутацией – юрист везде и всегда должен оставаться профессионалом. Несмотря на степень важности вопроса, он должен предупредить клиента обо всех рисках, которые его подстерегают в той или иной ситуации.

Большим соблазном бывает пойти на уступки клиенту и снизить уровень риска – клиенты склонны принижать опасность, веря в лучшее. Этого не стоит делать – именно в этом случае риски, которые порой не реализуются в 99 из 100 ситуаций, получат своё воплощение.

Немаловажная составляющая профессионализма юриста – умение найти общий язык с коллегами из других сфер. Надо помнить, что это задача именно юриста, а не его коллег.

Профессиональный подход к делу – залог хорошей репутации юриста, но не её гарантия.

### ВЕРБАЛЬНЫЕ И НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Как говорится, по уму только провожают, а вот встречают всегда по одежке. Успешный юрист не приходит в суд или на встречу в шортах, он выглядит строго и ведёт себя галантно. Задача юриста – оказать максимальную помощь клиенту, а не продемонстрировать креативные новинки своего гардероба.

То же касается и общения: не слишком высокий тон голоса и ясная, структурированная речь отражают внутреннее понимание юристом обсуждаемой проблемы и внушают клиенту уверенность в тщательности подхода к работе над ней.

### СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Публичная деятельность – неотъемлемая часть работы современного юриста. Социальные сети являются одной из главных публичных площадок, где юрист может заявить о себе как о специалисте или, наоборот, оттолкнуть от себя клиентов, СМИ и коллег. Чтобы не допустить ошибок, в социальных сетях юристу следует уделять внимание профессиональным достижениям, обсуждениям профессиональных проблем. Фото должны быть соответствующими. Юрист, как и любой человек, имеет хобби, но не стоит посвящать этому всё пространство своей



**АЛЕКСЕЙ КОСТОВАРОВ**  
 СОВЕТНИК ПРАКТИКИ РАЗРЕШЕНИЯ СПО-  
 РОВ И БАНКРОТСТВА АДВОКАТСКОГО БЮРО  
 «ЛИНИЯ ПРАВА»

страницы. Поведение в социальной сети должно быть живым, но не кричащим.

### ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ

Среди репутационных ошибок некоторых юристов можно отметить несоответствие внешней коммуникации и профессиональной составляющей. Рано или поздно это становится видно.

Репутация – материя тонкая. Иногда юристы допускают резкую критику своих коллег – не стоит забывать, что все мы можем ошибаться. А в социальных сетях не очень понятно, когда юрист демонстрирует отдельные детали своей личной жизни.

Репутация для юриста – если не всё, то очень многое. Его статус почти супергероя налагает определённые ограничения. Об этом стоит помнить. 📌