

І М І Д Ж А Д В О К А Т А

УДК: 34



Ботвина Н.В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української
філології та суспільних наук
Академії адвокатури України

Анотація: В статті досліджується «імідж адвоката» та складові елементи на яких він базується, а також вплив «іміджу» на успішність самого адвоката

Ключові слова: «імідж адвоката», іміджелогія, «імідж», темперамент, риторика, статус, іміджмейкері

Питання «іміджу адвоката» є актуальним з часу виникнення професії адвоката, адже будь-яка людина прагнучи захистити свої інтереси у судових інстанціях шукає професіонала з гарною репутацією та впливом у суспільстві. Зараз в Україні актуальність цього питання набирає ще більшого значення в зв'язку з прийняттям нового Кримінально-процесуального кодексу від 13.04.2012 № 4651-VI, котрий делегує нові повноваження та гарантії адвокатам [3].

Та, не зважаючи на це, імідж адвоката в українській юридичній науці висвітлений дуже мало, це загалом пов'язано з недостатнім розвитком науки про адвокатуру [5, 3]. З українських вчених дотично це питання розглядав Синсокий О.В. Російськими науковцями імідж адвоката опрацьований більш докладно. Зокрема вперше з наукової точки зору з питання про адвокатський імідж висловився Смоленський М.Б., який у своєму підручнику зазначав: «Основна маса людей буде своє перше враження на основі зовнішніх даних адвоката. Тому величезне значення в створенні позитивного іміджу адвоката має його зовнішність, зачіска, одяг, у жінок – макіяж» [6, 91–92]. Питаннями створення іміджу адвоката займаються навіть психологи. Іміджелогія – наука про технології особистої чарівності, вважає за необхідне займатися іміджем тим, чия професійна діяльність пов'язана зі спілкуванням [4, 240–241].

Метою даної статті є розкриття сутності поняття, його структури та впливу.

Імідж особистості – це сформований у психіці людей образ певної особистості, який ними оцінюється і викликає позитивне або негативне ставлення, проявляється в формі позитивної або негативної думки про дану особистість. Цей образ у психіці людей виникає насамперед на підставі зорового і слухового сприйняття особистості (побачив і почув людину і виник його образ). З урахуванням цього, імідж іноді визначається як сприйнятий і переданий образ людини при його взаємодії з іншими людьми.

Поняття «імідж» слід відрізнити від поняття статус. Статус – це положення людини в суспільстві, яке визначається його соціальною роллю. Суддя, прокурор, адвокат, студент, доцент, професор, робочий, майстер, начальник цеху, директор і т.д. – це все статуси. Статус дає відповідь на питання «хто?», а імідж (образ) відповідає на питання «який?»: Хороший чи поганий, розумний чи дурний, гарний чи ні, приємний або неприємний і т.п.

Від іміджу і статусу в значній мірі залежить переконливість аргументів.

Імідж – це не простий образ, це образ, який людина для себе спеціально вибирає, створює і свідомо підтримує, використовуючи для досягнення тих чи інших цілей в житті.

Стаття рекомендована до друку кафедрою української філології та суспільних наук Академії адвокатури України (протокол № 5 від «28» листопада 2013 року).

Імідж – це розповідь людини своєю зовнішністю і діями про себе, який розповідається постійно, що б людина в цей момент не робила, де б не знаходилася. Імідж людини виконує дуже важливу комунікативну функцію – він «говорить» оточуючим про те, на якому щаблі суспільної драбини людина стоїть, до якого передбачуваного кола професій належить, який її характер, темперамент, сімейний стан, фінансові можливості, смак, культура, вихованість, ставлення до людей і багато іншого.

У професіях, пов'язаних зі спілкуванням – імідж це конкуренція в боротьбі за потенційних клієнтів.

Так Смоленський М.Б. вважає, що імідж адвоката, в основному, формується і залежить від зовнішнього вигляду (одяг, взуття, парфуми і т.д.) і частково від комунікації з засобами масової інформації [6, 90–92].

Формування іміджу адвоката відбувається в процесі його становлення як професійної особистості, при цьому імідж адвоката формується трьома основними компонентами:

- зовнішній вигляд,
- характер і манера поведінки,
- вміння спілкуватися.

За даними відомих іміджмейкерів образ людини формується в опонента в перші хвилини знайомства. Роль зовнішнього вигляду при цьому становить 60%, характер поведінки (міміка, жести і т.д.) – 35%, а вміння говорити (вміст контексту, акцент) – 5%.

Зовнішній вигляд – те, як люди бачать і сприймають зовнішність іншої людини. Це важлива частина невербального спілкування.

Хороший зовнішній вигляд сильно залежить від наступних характеристик:

- охайна зовнішність (доглянуті вуса, борода, якщо вони є, чисті, акуратно укладене волосся і т.п.);
- приємний запах;
- елегантний одяг (костюм або плаття);
- аксесуари.

Потрібно мати на увазі, що людина пізнає іншу людину двома шляхами: невербальним (через зовнішні ознаки) і вербальним (шляхом спілкування). Перше враження про людину формується в перші хвилини спілкування. При зустрічі ми в першу чергу звертаємо увагу на зовнішність людини.

Хоча зовнішні ознаки дуже важливі, велику значимість для складання думки про адвоката, безумовно, має безпосереднє спілкування з ним, в процесі якого клієнт з досить великою часткою ймовірності може з'ясувати, який юрист насправді.

Невід'ємною частиною образу адвоката є його манера поведінки, тобто дії та вчинки які він демонструє як перед клієнтами, так і серед іншого оточення (слідчі, суді, колеги та ін.), що обумовлені його індивідуально-особистісними якостями і відповідають тому образу, який він «взяв» на себе. Тому виникненню сумісності у відносинах між адвокатом і підзахисним сприяють професійні і особисті якості захисника.

Індивідуальні риси особистості адвоката формуються під впливом різних факторів, при цьому будь-яка особистість характеризується певними особливостями, такими як:

- Загальні якості – це рівень інтелекту, загальний кругозір і ерудиція, розум і кмітливість, увага і організованість, працездатність, спостережливість;
- Специфічні властивості – це здатність до того чи іншого виду діяльності;
- Підготовленість до діяльності – це сукупність умінь, знань, кваліфікацій, навичок, звичок певної діяльності;
- Спрямованість – це стійкі, незалежні від обставин мотиви, що визначають активність людини;
- Склад характеру – це стійкий стан людини, виражений в певних психічних властивостях, що визначають його поведінку;
- Біологічно зумовлені особливості – це темперамент, який визначається психічними властивостями людини, що впливають на його поведінку;
- Психологічні особливості – це діапазон діяльності особистості, який буває загальним, видовим та спеціальним, при цьому стиль її роботи визначається динамікою зміни психіки. Форма впливу може ґрунтуватися на знаннях, досвіді, емоціях, а динаміка психіки характеризується силою, рухливістю і збудливістю;
- Психічний стан – це стійкі характерні психічні явища, властиві людині протягом порівняно тривалого періоду часу, наприклад, збудження або апатія.

У діловому спілкуванні для отримання ефективних результатів адвокату необхідно з високим ступенем достовірності визначити особливості характеру опонента. Знання елементів особистості допомагає знайти правильний підхід до людей і значно полегшити процес спілкування.

Характер кожної людини визначається індивідуальними психологічними рисами, які проявляються постійно і відрізняють одну особистість від іншої, характеризують стиль дії і відносини до оточуючих обставин. Характерні риси особистості адвоката проявляються в манерах, ставленні до оточуючих, своїми зобов'язаннями, самому собі.

А.Ф. Коні надавав велике значення «ораторському мистецтву, вмінню твердо правити словом» [1, 58-59]. Тому адвокат повинен обережно вправлятися з цією зброєю і використовувати його у випадку глибокого переконання.

Манери спілкування адвоката, основу яких складає правильно поставлена мова, в своїй основі носять складний соціально-психологічний характер.

Риторика – це наука, що вивчає закони підготовки і виголошення публічних промов з метою надання бажаного впливу на аудиторію, щоб схилити людей до своїх поглядів та позицій.

Основні правила риторики підрозділяються на кілька умовних груп, які реалізуються в певному хронологічному порядку. Слід попередньо відпрацювати мову і підготуватися до виступу. Правильно говорити і вести себе допоможе ряд риторичних навичок.

Адвокату у своїй практиці часто доводиться застосовувати ораторське мистецтво, яке є поєднанням раціональної та емоційної складової виступу. Майстерність публічного виступу полягає в тому, щоб вміло використовувати обидві форми людського мислення, яке виражається через мовні засоби і впливає одночасно на свідомість і почуття людини [5, 251–264].

Адвокату як людині публічній необхідно знати і правильно дотримуватися ряду принципів мовного

спілкування. Інформація, передана ним співрозмовнику або адресована аудиторії, повинна бути доступна для розуміння. Під час розмови можна використовувати асоціативний ряд, приводити різні приклади, що ілюструють предмет розмови. Використання наочних предметів, кольорових схем, малюнків, моделей в процесі виступу сприяє засвоєнню інформації. У своєму виступі або бесіді адвокат може використовувати прийоми експресії та інтенсивності підношення інформації [2, 214–215].

Важливо із самого початку привернути увагу опонента і справити на нього враження, а також прагнути утримати його на належному рівні протягом всієї бесіди і промови. Ефективним є використання спеціальних риторичних інструментів, які проявляються через певні комунікативні ефекти, такі як: візуальне враження, ефект перших фраз, техніка мови, інтонації і паузи, аргументація і т.д. [7, 18].

Для адвоката важливо володіти не тільки технікою виступу але й технікою слухання, яка представляє собою активний процес проникнення у внутрішній світ співрозмовника [5, 356].

Роблячи підсумок, можна сказати, що «імідж адвоката» – це те як суспільство або окрема особистість бачать і сприймають адвоката через призму його зовнішнього вигляду, характеру, манери поведінки, комунікативні навички та професійної діяльності. Отже, для того, щоб бути успішним адвокат має створювати та дбати про свій імідж, для чого може залучати спеціалістів (іміджмейкерів). Головне, щоб на шляху до створення свого «образу», адвокат не забував підтримувати честь та гідність своєї професії та не відступав від правил адвокатської етики.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Аракелов Ю.С. Профессиональная этика юриста: ответы на экзаменационные билеты / Аракелов Ю.С., Джегутанов Б.К., Олейников В.С. – СПб : Питер, 2006. – 128 с. – ISBN 5-469-01147-X.
2. Еникеев М.И. Юридическая психология / М.И. Еникеев. – М. : НОРМА, 2003. – 256 с. – ISBN 5-89123-550-1.
3. Кримінальний процесуальний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4651-17>
4. Мельниченко Р.Г. Адвокатская деятельность. Универсальные правила успеха / Р.Г. Мельниченко. – Москва : PR MEDIA. Дашков и К°, 2009. – 330 с. – ISBN 978-5-394-00721-7.
5. Синеекий О.В. Адвокатура как институт правовой помощи и защиты : учеб. пособие / О.В. Синеекий. – Х. : Право, 2008. – 496 с. – ISBN 978-966-458-032-5.
6. Смоленский М.Б. Адвокатская деятельность и адвокатура Российской Федерации / М.Б. Смоленский. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 256 с., ISBN 5-222-02585-3
7. Трунов И.Л. Искусство речи в суде присяжных : учеб.-практич. пособие / И.Л. Трунов, В.В. Мельник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2011. – 662 с. – ISBN 978-5-9916-0856-5.

ИМИДЖ АДВОКАТА

Ботвина Н.В.

Аннотация: В статье исследуется «имидж адвоката» и структурные элементы на которых он базируется, влияние «имиджа» на успешность адвоката.

Ключевые слова: «имидж адвоката», имиджология, «имидж», темперамент, риторика, статус, имиджмейкер.

LAWYER'S IMAGE

Botvyna N.V.

Summary: This article examines the «image of lawyer» and structural elements on which it is based, effect of «image» on the lawyer's success.

Keywords: «lawyer's image», image, «imageology», temperament, rhetoric, status, image-maker.