

DOI 10.31483/r-153444

*Кугай Александр Иванович*

**ЭВОЛЮЦИЯ ИМИДЖА АДВОКАТА В 2024–2026 гг.:  
ОТ КЛАССИЧЕСКИХ АРХЕТИПОВ  
К ЦИФРОВОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ИИ-КОММУНИКАЦИЯМ**

***Аннотация:** в главе исследуется проблема комплексной трансформации профессионального имиджа адвоката в условиях тотальной цифровизации и медийности правовой среды 2024–2026 годов. Автор анализируется влияние диджитал-коммуникаций, технологий искусственного интеллекта (ИИ) и публичности судебных процессов на формирование репутации и эффективность правовой защиты. Рассматриваются историко-культурные архетипы образа адвоката в художественной литературе и кинематографе, проводится их параллель с современными требованиями к гибкости, мобильности и моральному выбору. Особое внимание уделяется «Пирамиде смыслов» и невербальным аспектам коммуникации (язык тела), которые сохраняют критическое значение в эпоху доминирования ИИ. На примере кейс-стади последних лет демонстрируется, как управление впечатлением и цифровая репутация становятся осязаемыми факторами, влияющими на исход громких судебных дел.*

***Ключевые слова:** имидж адвоката, диджитал-коммуникация, репутация, бренд, язык тела, правосудие, медийность, кейс-стади.*

***Abstract:** this chapter examines the complex transformation of the professional image of lawyers in the context of the total digitalization and media coverage of the legal environment in 2024–2026. The author analyzes the impact of digital communications, artificial intelligence (AI) technologies, and the publicity of legal proceedings on reputation formation and the effectiveness of legal defense. Historical and cultural archetypes of the lawyer's image in fiction and cinema are examined, paralleling them with modern demands for flexibility, mobility, and moral choice. Particular attention is paid to the «Pyramid of Meanings» and nonverbal aspects of communication (body language), which remain critical in the era of AI dominance. Case studies from recent*

*years demonstrate how impression management and digital reputation are becoming tangible factors influencing the outcomes of high-profile court cases.*

**Keywords:** *lawyer image, digital communication, reputation, brand, body language, justice, media coverage, case study.*

### *Введение*

В современном мире, где информация и конкуренция достигли беспрецедентных масштабов, имидж адвоката перестает быть просто «лицом» профессии, превращаясь в стратегический ресурс [8, с. 407]. Имидж адвоката перестал быть вопросом только эстетики, превратившись в ключевой инструмент профессиональной деятельности [6]. Адвокат – это не просто юрист, это гарант справедливости и защиты прав человека [1–3] и независимый советник. Но как довериться тому, кто не вызывает внутреннего отклика? Имидж – это мост доверия, который адвокат строит с клиентом. В условиях высокой конкуренции и строгого этического кодекса визуальная репрезентация, манеры и цифровая репутация юриста формируют первоначальный кредит доверия клиента и влияют на восприятие позиции защиты в суде.

Классический образ адвоката в строгом темном костюме постепенно трансформируется под влиянием цифровизации и демократизации общества. Допустим ли кэжуал в офисе? Как вести социальные сети, не нарушая адвокатскую тайну и этику? Сегодня имидж юриста – это сложный баланс между консервативными традициями правосудия и требованиями медийного пространства. Имидж адвоката сегодня – это не статичная картинка из учебника истории права, а живой, адаптивный интерфейс. Он эволюционирует от демонстрации власти к демонстрации эффективности, гибкости и глубокого понимания современных социальных процессов.

Имидж адвоката представляет собой «архитектуру доверия», возведенную на фундаменте профессиональной этики, где визуальный стиль служит фасадом, а

психологическое воздействие – надежными стенами, удерживающими уверенность клиента. Мы разберем, из чего состоит этот мост: от внешнего вида до глубинных архетипов личности, и как он помогает решать профессиональные задачи.

Как найти баланс между безупречной репутацией, этическими нормами и необходимостью самопродвижения в цифровом пространстве? Эта глава рассматривает ключевые аспекты формирования имиджа адвоката. Исторически имидж адвоката был синонимом непогрешимости и строгости. Сегодня, с появлением социальных сетей и личного брендинга, эта парадигма меняется. Как использовать новые инструменты, не теряя при этом фундаментальных ценностей профессии? Рассмотрим, как формирование личного бренда и знание архетипов могут усилить позиции адвоката.

*Управление впечатлением и цифровая репутация  
как элементы современного адвокатского имиджа*

Современный визуальный имидж адвоката эволюционировал в комплексную систему, где строгое соблюдение этических норм сочетается с осознанным управлением впечатлением (визуальный имидж) и цифровой репутацией. Традиционный «деловой стиль», закреплённый в Кодексе профессиональной этики, получает конкретное воплощение в региональных регламентах. Так, положения адвокатских палат (например, Мордовии или Хабаровского края) четко определяют границы допустимого: классические костюмы в графитовых и темно-синих тонах, светлые сорочки и категорический отказ от спортивных или вечерних элементов в пользу профессиональной сдержанности. Визуальный имидж адвоката в 2026 году – это баланс между классическим консерватизмом и современными требованиями к аутентичности и комфорту.

Фундамент: современный дресс-код, в котором классика остается базой, но приобретает новые нюансы. Мужской гардероб: традиционный костюм-двойка (темно-синий или угольно-серый) по-прежнему является «золотым стандартом» для суда. В тоже время, допускается большая индивидуальность через качественные аксессуары: запонки, часы или сдержанный нагрудный платок. Обувь должна быть идеально отполирована, как индикатор надежности. Женский гардероб:

Брючные костюмы или юбки-карандаш нейтральных тонов остаются основой. В 2026 году акцент смещается в сторону практичности и мобильности, что делает качественные брючные сетки более актуальными для активной работы. [4–5].

Сегодня цифровой имидж адвоката перестал быть «дополнением» к основному облику и стал полноценным первым контактом с клиентом. В мире, где 90% доверителей проверяют юриста через поиск и социальные сети, digital-присутствие должно транслировать три ценности: *экспертность, стабильность и этичность*.

Цифровой след должен подтверждать статус, а не дискредитировать его. Фото профиля в Telegram, на сайте и в соцсетях должно гармонировать с реальным обликом в суде. Это создает эффект узнаваемости и предсказуемости.

Экспертный контент: на смену сухому цитированию кодексов приходит глубокая аналитика актуальных кейсов 2026 года. Сегодня адвокат выступает в роли «интеллектуального фильтра», превращая хаотичный поток правовой информации в прикладные решения для клиента.

Личный сайт адвоката – это не просто страница с контактами, а высокотехнологичный инструмент. Его эффективность определяется интеграцией с LegalTech-сервисами: онлайн-записью, личным кабинетом клиента, формами для защищенной передачи документов. Это демонстрирует, что адвокат идет в ногу со временем.

Управление репутацией на профессиональных агрегаторах в 2026 году требует особого подхода. Доверие аудитории вызывает не стерильное отсутствие отрицательных отзывов, а способность адвоката профессионально и этично работать с критикой. Аргументированный и выдержанный ответ на негатив демонстрирует психологическую устойчивость юриста и его уважение к корпоративной этике гораздо лучше, чем десятки однотипных похвал.

Имидж надежного защитника в настоящее время неразрывно связан с кибербезопасностью. Активное использование защищенных каналов связи и облачных хранилищ является обязательным. Демонстрация того, что адвокат серьезно относится к адвокатской тайне в цифровой среде, – важнейшая часть его имиджа.

Адвокату следует воздерживаться от необоснованных гарантий в цифровом пространстве и публикации материалов, несущих признаки недопустимой само-рекламы. Соблюдение этих границ в 2026 году является маркером профессиональной зрелости и уважения к этическим канонам корпорации. Цифровой имидж адвоката – это его виртуальная приемная. Она должна быть такой же безупречной, как и его костюм на судебном заседании. Любой диссонанс между солидным образом в реальности и небрежным поведением в сети мгновенно разрушает кредит доверия, который в юридической профессии восстановить практически невозможно.

В 2026 году баланс между юридической точностью и доступностью изложения является критическим маркером интеллектуального имиджа адвоката. «Современный доверитель ценит не того юриста, который говорит на «забытой латыни», а того, кто способен перевести сложнейшие правовые конструкции на язык бизнес-решений или житейской логики. Для выстраивания этого баланса действует золотое правило: точность – для документов, ясность – для людей. В суде и официальных бумагах следует использовать строгую терминологию, поскольку здесь имидж строится на безупречном знании буквы закона. В конечном счете, современный адвокат – это интеллектуальный медиатор между сложной правовой системой и клиентом.

### *«Пирамида смыслов»*

Деятельность адвоката реализуется по модели «*Пирамиды смыслов*» (или принципу пирамиды Минто), позволяющей превратить адвоката из транслятора законов в эффективного коммуникатора.

Принцип «*Пирамиды смыслов*» в деятельности адвоката реализуется через структуру «Сначала решение, затем – аргументация». Это позволяет управлять вниманием клиента или суда, которые в условиях информационного шума ценят время и конкретику. Вот как этот принцип раскрывается в работе адвоката.

*Перевернутая структура изложения.* В классическом подходе юристы долго ведут к выводу через анализ статей. В «*Пирамиде смыслов*» всё наоборот: *Вершина (главная мысль)*: вы озвучиваете итоговую позицию или рекомендацию.

Пример: «Сделка может быть аннулирована в судебном порядке». *Средний уровень (основные аргументы)*: вы приводите 3–4 ключевых основания. Пример: «Во-первых, нарушен порядок уведомления; во-вторых, цена существенно ниже рыночной...». *Фундамент (данные и закон)*: вы даете ссылки на статьи кодексов и листы дела для тех, кто хочет проверить детали.

*Применение в консультациях с клиентом.* Адвокат выступает как стратег. Клиент в 2026 году хочет знать не «что написано в законе», а «что мне делать».

*Реализация.* Сначала озвучивается прогноз (шансы на успех и риски), а только потом – юридическая база. Это создает имидж адвоката-прагматика, который глубоко понимает бизнес-цели доверителя.

*Использование в судебных выступлениях.* Судьи перегружены информацией. Адвокат, использующий пирамиду смыслов, помогает суду быстрее понять суть позиции. Реализация: Выступление начинается с тезиса: «Мы просим отказать в иске по трем причинам». Это задает «каркас» в сознании слушателя, и последующие юридические тонкости ложатся на подготовленную почву.

*В письменных документах: (Legal Writing).* Принцип реализуется через четкое аннотирование и структуру документов: Краткое резюме в начале длинного меморандума или искового заявления. Заголовки-утверждения: вместо заголовка «Нормативное обоснование» используется заголовок «Истец пропустил срок исковой давности». Этический и имиджевый аспект. Использование пирамиды смыслов транслирует уверенность. Только профессионал, полностью владеющий материалом, способен выделить главное и поставить его на вершину. Результат: это укрепляет имидж адвоката как интеллектуального лидера, который не прячется за сложностью терминов, а управляет ими ради результата. Ставя результат на первое место, юрист демонстрирует приоритет интересов клиента над формализмом, что является ключевым трендом профессионального имиджа современного адвоката.

Таблица 1

## Структура коммуникации адвоката по принципу «Пирамиды смыслов»

Уровень пирамиды	Содержание (Что транслируем)	Цель (Зачем это нужно)	Имиджевый эффект
1. Вершина (Результат)	Главный вывод/Ответ. «Сделка будет оспорена», «Риски минимальны», «Просим отказать в иске»	Мгновенно дать ответ на главный запрос клиента или суда	Образ стратега, ориентированного на результат, а не на процесс
2. Центр (Аргументация)	3–4 ключевых тезиса. Краткое обоснование, почему вывод именно такой (без цитирования статей)	Создать логический каркас и убедить в правильности решения	Образ интеллектуального лидера, умеющего выделять главное
3. Фундамент (Базис)	Нормативная база и факты. Ссылки на кодексы, листы дела, Пленумы, экспертизы	Обеспечить профессиональную проверку и доказательную чистоту	Образ эксперта-профессионала, безупречно знающего букву закона

*Язык тела как живой контекст адвокатской речи в эпоху ИИ*

В 2026 году профессиональный имидж адвоката – это не только безупречный костюм, но и выверенная психофизика. Осанка, открытые жесты и уверенный зрительный контакт превращают правовую аргументацию в акт личного убеждения, перед которым бессильны сухие алгоритмы цифрового правосудия. В условиях, когда искусственный интеллект взял на себя подготовку документов, язык тела стал главным дифференциатором адвоката-человека. Осанка, жестикуляция и зрительный контакт теперь воспринимаются как «биологическая верификация» уверенности и честности эксперта. Вот как эти элементы влияют на имидж адвоката в судебном процессе и на переговорах:

1. *Осанка*: трансляция статуса и контроля. Осанка – это первый невербальный сигнал, который считывается судом и оппонентами еще до начала речи. Эффект: Прямая, но не напряженная спина транслирует уверенность в своей правовой позиции. Напротив, сутулость или излишне расслабленная поза считаются

как неуверенность в аргументах или неуважение к институту суда. В эпоху онлайн-заседаний осанка в кадре стала критичной – правильная посадка и положение плеч в объективе камеры создают эффект «присутствия» и значимости фигуры адвоката.

2. *Жестикуляция*: инструмент убеждения. Жесты адвоката должны быть «скупыми», но точными. Избыточная жестикуляция выдает нервозность, а её отсутствие делает речь сухой и неубедительной. «Открытые ладони»: В переговорах этот жест на подсознательном уровне сигнализирует о честности и готовности к конструктивному диалогу.

Иллюстративные жесты: помогают подчеркнуть структуру «Пирамиды смыслов». Например, рубящие жесты при перечислении пунктов обвинения или защиты помогают суду лучше зафиксировать аргументы.

Запретные жесты: Прикосновения к лицу, поправление галстука или суетливое перекладывание бумаг разрушают имидж «холодного профессионала».

3. *Зрительный контакт*: создание кредита доверия. Зрительный контакт – самый мощный инструмент невербальной коммуникации в юриспруденции:

а) в суде: умение удерживать взгляд судьи при изложении ключевого тезиса усиливает весомость слов. Это показывает, что адвокат не просто читает текст, а несет ответственность за каждое слово;

б) в переговорах: прямой, спокойный взгляд в глаза оппонента демонстрирует твердость намерений. При этом важно избегать агрессивного «сверления» взглядом, заменяя его уверенным фокусом;

в) при работе с клиентом: поддерживающий зрительный контакт формирует у доверителя чувство безопасности и понимания.

4. *Конгруэнтность*: единство слова и тела. Главный вклад языка тела в имидж – это конгруэнтность (соответствие внешних сигналов смыслу речи). Если адвокат говорит о «непоколебимой правоте клиента», но при этом отводит глаза или переминается с ноги на ногу, суд инстинктивно почувствует фальшь. Имиджевый результат: Адвокат, владеющий своим телом, воспринимается как человек, полностью контролирующий ситуацию.



*Трансформация слова: новые стандарты адвокатской коммуникации  
в цифровой среде*

В 2026 году, в условиях высокой цифровизации и медийности правовой среды, речь и коммуникативные качества адвоката перестали быть просто инструментом убеждения, превратившись в фундаментальную основу его профессионального имиджа.

Влияние этих факторов на имидж можно разделить на три ключевых аспекта.

1. *Речь как маркер интеллектуального статуса и надежности.* В профессиональном сознании безупречное владение юридическим языком в сочетании с ясностью изложения напрямую коррелирует с компетентностью:

а) *логическая стройность*: умение структурировать сложные правовые конструкции в понятные тезисы формирует имидж «эксперта-аналитика»;

б) *чистота речи*: отсутствие слов-паразитов и канцеляризмов (за пределами документов) свидетельствует о высоком уровне культуры и самоконтроля, что повышает кредит доверия клиента.

2. *Риторика как инструмент «психологической власти»:*

а) имидж адвоката как сильного защитника во многом строится на его коммуникативном поведении в суде и на переговорах;

б) уверенная интонация и темп: формируют образ лидера, способного контролировать ситуацию в условиях стресса;

г) аргументация и находчивость: способность к быстрой и корректной реплике создает имидж «интеллектуального бойца», что критически важно для репутации в состязательном процессе.

3. *Коммуникативная гибкость (Soft Skills).* Современный имидж адвоката требует умения переключать регистры общения:

а) с клиентом: эмпатия и доступный язык формируют имидж «партнера» и «советника»;

б) в медиа-пространстве (блоги, интервью): умение говорить лаконично и ярко (цитатами) формирует имидж публичного эксперта и лидера мнений;

в) с оппонентами: соблюдение речевого этикета даже в острой дискуссии.

#### 4. *Цифровая грамотность и AI-коллаборация (сотрудничество с ИИ):*

а) работа с ИИ: адвокат должен не просто пассивно использовать нейросети, а «активно сотрудничать» с ними для анализа доказательств, составления документов и управления стратегией;

б) prompt-инжиниринг: умение точно формулировать запросы для юридических ИИ-ассистентов становится базовым навыком («table stakes»);

в) владение LegalTech: использование интегрированных систем управления делами, платформ для видеоконсультаций и инструментов электронной подписи.

#### 5. *Этическая безупречность в сети:*

а) публичное поведение: в виртуальной среде (соцсети, блоги) адвокат обязан вести себя так же достойно, как в зале суда. Любые высказывания должны соответствовать Кодексу профессиональной этики;

б) информационная гигиена: избегание действий, подрывающих доверие к профессии, и соблюдение правил о недопустимости рекламы, которая может быть расценена как недобросовестная.

в) текст как инструмент влияния: умение четко, ясно и убедительно выражать мысли в цифровом формате (мессенджеры, почта), где отсутствует невербальный контакт.

7. *Клиентоориентированность:* в эпоху быстрых сообщений от адвоката ожидают оперативной обратной связи и умения строить доверительные отношения дистанционно. Это предусматривает:

а) постоянное обучение. В 2026 году для конкурентоспособности недостаточно только юридического образования. Требуется регулярное повышение квалификации в области IT-права и цифровых навыков.

Адвокат сегодня – это «диджитал-стратег», который использует технологии для повышения эффективности, но остается гарантом правовой и этической защиты клиента.

Образ адвоката нашел широкое отражение в искусстве – литературе и кино, демонстрируя многогранный спектр: от самоотверженного «рыцаря правосудия» до прагматичного карьериста [6] В кинематографе имидж часто выступает не

просто атрибутом, а стратегическим инструментом – либо механизмом манипуляции, либо безусловным символом профессионализма.

*Эволюция профессионального этоса адвоката  
в зеркале художественной словесности*

В мировой литературе образ адвоката прошел сложную эволюцию: от сатирического персонажа до трагического героя и интеллектуального стратега [9]<sup>1</sup>. Через призму этих образов писатели исследуют вечное столкновение буквы закона и духа справедливости.

При анализе литературного наследия можно выделить четыре ключевых типажа, сформировавших современное представление об адвокатском имидже.

*Моральный эталон и «голос совести».* Этот тип формирует имидж адвоката как защитника гуманистических ценностей [10].

Харпер Ли, «Убить пересмешника»: Аттикус Финч – абсолютный стандарт профессионализма. Его имидж – это его репутация, построенная на спокойствии, честности и готовности защищать истину вопреки общественному мнению.

Чарльз Диккенс, «Повесть о двух городах»: Сидней Картон. Образ доказывает, что за внешней небрежностью и маской цинизма может скрываться способность к высшему благородству и самопожертвованию.

*Мастер логики и интеллектуальный дуэлянт.* Здесь имидж неразрывно связан с острым умом и умением видеть детали, скрытые от других.

Эрл Стенли Гарднер, цикл о Перри Мейсоне: эталон «непобедимого адвоката», который превращает процесс в интеллектуальное шоу. Его образ – это уверенность, подкрепленная безупречной логикой и знанием человеческой психологии.

Уильям Фолкнер, «Осквернитель праха»: Гэвин Стивенс – юрист-философ, чей имидж опирается на глубокое понимание социокультурного контекста и этики общества.

---

<sup>1</sup> Работа М. Миндеса и А. Аюка Т является фундаментальной для темы имиджа. Авторы выделили три ключевых архетипа адвоката в сознании общества: Трикстер (Trickster): хитрый, манипулятивный «крючкотвор». Герой (Hero): борец за справедливость, харизматичный лидер. Помощник (Helper): доверенное лицо, решающее проблемы клиента.

*Циничный прагматик и «акула права».* Авторы деконструируют идеалы, показывая адвоката как часть жесткой бюрократической машины.

Оноре де Бальзак, «Полковник Шабер»: адвокат Дервиль – образ профессионала, вынужденного балансировать между человеческим сочувствием и формальными правилами юридического мира.

Джон Гришэм («Фирма», «Пора убивать»): современная классика, где имидж адвоката – это «броня» в борьбе с коррумпированной системой. Герои Гришэма часто жертвуют лоском ради выживания и справедливости.

*Сатирический образ.* В классике до XIX века адвокаты часто представляли стяжателями, использующими сложность права для наживы.

Франсуа Рабле, «Гаргантюа и Пантагрюэль»: судья Бридуа и адвокаты-«хваталы». Их имидж – это бесконечные латинские термины, за которыми скрываются алчность и пустота.

*Адвокат в объективе: эволюция визуального и морального портрета*

К числу классических и эталонных кинематографических образов, заложивших фундамент восприятия профессии, относятся:

– «Убить пересмешника» (1962): Аттикус Финч – признанный идеал честности. Его имидж базируется на спокойном достоинстве и безупречной моральной репутации;

– «Свидетель обвинения» (1957): Сэр Уилфрид Робартс – воплощение британской юридической школы, где ключевыми элементами образа становятся острый интеллект и артистизм;

– «Вердикт» (1982): Фрэнк Гэлвин – сложный образ павшего профессионала, чье возвращение к этическим истокам через последнее крупное дело демонстрирует, что фундаментом истинного имиджа является личная трансформация и верность долгу».

Исследуя *имидж адвоката как ресурс власти*, невозможно игнорировать классические кинообразы. «Адвокат дьявола» наглядно показывает, как внешняя безупречность помогает скрывать этическую пустоту.

*Современные и биографические драмы (2010–2026).* «Судья» (2014): Хэнк Палмер (Роберт Дауни-мл.) – успешный городской адвокат, чей лоск сталкивается с суровой реальностью провинциального суда и личной драмой. «Дело Коллини» (2019): Молодой адвокат Каспар Лайнен, сталкивающийся с системными изъянами правосудия и этическими дилеммами. «Анатомия падения» (2023): Современный взгляд на судебный процесс, где защита строится на тонком психологическом анализе личности подзащитной.

#### *Имидж как доказательство: уроки громких процессов 2024–2025 годов*

В 2026 году влияние имиджа адвоката на исход дела стало более осязаемым благодаря цифровизации правосудия и мгновенному распространению информации. Ниже приведены яркие кейс-стади последних лет (2024–2025), демонстрирующие силу и риски адвокатского бренда.

##### *1. Кейс «Цифровая эмпатия vs Роботизированная защита» (2025).*

В одном из громких дел о профессиональной халатности в США (NMC Health, иск на \$2,7 млрд) имидж адвокатов строился на контрасте. Как помог имидж: Защита, сделавшая ставку на «человеческое лицо» и прозрачную коммуникацию через экспертные подкасты и LinkedIn, смогла нивелировать образ «бездушной корпоративной машины». Исследования 2025 года подтвердили, что в онлайн-заседаниях высокий уровень эмпатии и выстраивание доверительных отношений через экран критически важны для восприятия справедливости.

##### *2. Кейс «Риск молчания» в высокопрофильных процессах (2025).*

Опрос руководителей юридических департаментов в 2025 году показал, что молчание адвоката в медийном поле – это риск, а не стратегия. Как помешал имидж: В ряде дел (например, в спорах вокруг закона о конкуренции ЕС) чрезмерная консервативность и отказ от работы с репутацией в сети приводили к тому, что общественное мнение формировалось исключительно стороной обвинения. Отсутствие «медийного щита» у адвоката делало позицию подзащитного уязвимой еще до начала прений.

### *3. «Эффект Долиной» и роль адвокатской коммуникации (2024–2025).*

В России широкий резонанс получили дела о мошенничестве с недвижимостью (так называемая «схема Долиной»). Как помог имидж: Адвокаты, активно использующие медийность для разъяснения правовых нюансов в соцсетях, смогли не только привлечь внимание к системной проблеме, но и сформировать имидж «защитников цифровой безопасности». Это помогло в судах переломить практику в пользу потерпевших, создавая общественный запрос на справедливость.

### *4. Кейс «Личный бренд как гарант в Smart-контрактах» (2025).*

С ростом споров в сфере блокчейна и ИИ имидж адвоката как «технологического эксперта» стал решающим. Как помог имидж: В арбитражных спорах 2025 года по смарт-контрактам побеждали адвокаты, чей цифровой имидж (публикации в LegalTech изданиях, участие в разработке ИИ-стандартов) подтверждал их компетенцию. Судьи и арбитры подсознательно больше доверяли тем, кто сам является частью «цифровой экосистемы».

### *Главные выводы к 2026 году*

1. Имидж – это улика: в 2026 году медийная активность адвоката воспринимается как подтверждение его экспертности или, наоборот, как дискредитирующий фактор.

2. Прозрачность vs Анонимность: попытки судей или адвокатов скрыться за анонимностью в резонансных делах (как в деле Сары Шариф в 2025 году) вызывают протест СМИ и подрывают доверие к процессу.

3. Успешный адвокат 2026 года – это тот, кто управляет своей репутацией на нескольких платформах (LinkedIn, специализированные юридические сети, видеохостинги) одновременно.

### ***Список литературы***

1. Кугай А.И. Права человека: правовой статус, генезис и подходы к пониманию / А.И. Кугай // Управленческое консультирование. – 2013. – №6. – С. 13–19.

2. Кугай А.И. Концепция человеческого достоинства: позиции видения / А.И. Кугай // Современные вызовы образования и психология формирования личности: монография. – Чебоксары: Среда, 2023. – С. 156–165.

- 
3. Кугай А.И. Неогосударственный подход к обслуживающему лидерству / А.И. Кугай // Актуальные вопросы гуманитарных и социальных наук: от теории к практике: материалы Всероссийской научно-практической конференции (Чебоксары, 19 января 2023 г.). – Чебоксары: Среда, 2023. EDN SLOQSM
  4. Оробинский В.В. Чему не учат на юрфаке: тайны профессионального мастерства / В.В. Оробинский. – Ростов н/Д: Феникс, 2021. – 350 с.
  5. Томпсон Р.Ф. Дресс-коды. 700 лет модной истории в деталях / Р.Ф. Томпсон. – М.: Эксмо, 2025. – 464 с.
  6. Coplin J.W. Women Law Students' Descriptions of Self and the Ideal Lawyer / J.W. Coplin, J.E. Williams // Psychology of Women Quarterly. – 1978. – P. 323–333.
  7. Janoff S. Women Law Students' Descriptions of Self and the Ideal Lawyer / S. Janoff // Buffalo Law Review. – 1991. – Vol. 33. No. 2. – P. 579–622.
  8. King B.E. The Concept of a Lawyer's Jurisprudence / B.E. King // The Cambridge Law Journal. – 1953. – Vol. 11. No. 3. – P. 404–420.
  9. Mindes M.W. Trickster, Hero, Helper: A Report on the Lawyer Image / M.W. Mindes, A.C. Acock // American Bar Foundation Research Journal. – 1982. – Vol. 7. No. 1.
- 

**Кугай Александр Иванович** – д-р филос. наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления, Северо-Западный институт управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», Санкт-Петербург, Россия.

---