

# Marek Antoni Nowicki

---

## Europejski Trybunał Praw Człowieka - przegląd orzecznictwa : (edycja 16)

---

Palestra 38/5-6(437-438), 106-109

---

1994

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



**Marek Antoni Nowicki**

## **Europejski Trybunał Praw Człowieka**

**Przegląd orzecnictwa**

**(edycja 16)**

### **O adwokaturze**

**Casado Coca przeciwko Hiszpanii  
(orzeczenie – 24 lutego 1994; A.  
285).**

Ukaranie adwokata upomnieniem za opublikowanie w lokalnej gazecie notki dot. jego praktyki – art. 10 Konwencji.

Orzecnictwo: 23.06.1981 Le Compte, Van Leuven i De Meyere przeciwko Belgii; 23.11.1983 Van der Mussele przeciwko Belgii; 25.03.1985, Barthold przeciwko RFN; 30.11.1987 H. przeciwko Belgii; 24.05.1988 Muller i inni

przeciwko Szwajcarii; 20.11.1989 markt intern Verlag GmbH i Klaus Beerman przeciwko RFN; 22.05.1990, Autronic AG przeciwko Szwajcarii; 25.06.1992 Thorgeirosn przeciwko Islandii.

Pablo Casado Coca rozpoczął w 1979 roku praktykę adwokacką w Barcelonie i od tego czasu regularnie ogłaszał się w miejscowych gazetach. Oferował również swoje usługi wielu firmom. Z tego powodu Rada Adwokacka Barcelony kilkakrotnie prowadziła przeciwko niemu sprawy dyscyplinarne, upominając go. W październiku 1982 roku w jednej z gazet ukazało się ogłoszenie Casady Coci. Zajmowało jedną trzecią strony i zawierało jedynie nazwisko adwokata, adres kancelarii i numer telefonu. Rada Adwokacka znów wytoczyła mu sprawę dyscyplinarną i ukarała upomnieniem. Naczelna Rada Adwokacka utrzymała w mocy orzeczenie o karze.

W tym miejscu warto przyrzeć się bliżej przepisom regulującym ogłaszanie się i reklamę adwokacką w Hiszpanii. Statut adwokatury hiszpańskiej, wprowadzony dekretem królewskim z 1982 roku, przewiduje, że adwokaci nie mogą ogłaszać lub rozpowszechniać informacji o swoich usługach ani bezpośrednio, ani za pośrednictwem różnych środków reklamy... lub wypowiadać się bez zgody rady adwokackiej bezpłatnie w czasopiśmie zawodowych lub innych publikacjach i mediach (art. 31). W 1993 roku Zgromadzenie Dziekanów Izb Adwokackich Hiszpanii przyjęło projekt nowego statutu krajowego i przedstawiło władzom państwowym do zatwierdzenia. Propo-

nowane zapisy w istotny sposób łagodzą dotychczasowe restrykcje.

W różnych prowincjach Hiszpanii obowiązują różne zasady. W Katalonii, w której praktykuje Casado Coca, do 1981 roku obowiązywał statut Adwokatury Barcelony z 1947 roku, który zakazywał wszelkiej reklamy i ogłaszania się przez adwokatów. W 1981 roku Rada Adwokacka Barcelony wydała decyzję, w której przypomniała, iż zakaz reklamy stanowi ważną zasadę postępowania w zawodzie adwokackim. Dopuszczono jedynie możliwość publikowania małych notek w prasie lokalnej, informujących o podjęciu praktyki, zmianach dotyczących członkostwa kancelarii, a także adresu, numeru telefonu itp. Rozmiar i treść notek musiały być wcześniej zatwierdzone przez radę adwokacką. Ponadto nie mogły ukazać się częściej niż trzykrotnie w okresie 2 miesięcy.

Adwokaci publikowali swoje nazwiska, adresy i krótkie wzmianki o rodzaju prowadzonej praktyki w specjalnych przewodnikach zawodowych, z zastrzeżeniem równego dostępu do nich wszystkich członków palestry. Ważna zmiana nastąpiła w 1991 roku, a więc kilka lat po ukaraniu dyscyplinarnym Casado Coci. Rada adwokacka Katalonii przyjęła nowe zasady, najpierw przypominając, iż reklama adwokacka jest tradycyjnie uznawana za mniej lub bardziej sprzeczną z etyką zawodową. Z drugiej strony jednak, oczywiste jest, że umiarkowana reklama nie narusza podstawowych zasad adwokackiego kodeksu etycznego, w szczególności wymogu rzetelności i niezależności. Tym bardziej, że informacja jest dzisiaj jedną z podstaw życia w krajach demo-

kratycznych i prawem osób korzystających z usług adwokackich.

Zasady określiły, jakie formy reklamy adwokackiej są dopuszczalne. Adwokaci m.in. nie mogą reklamować się informując o swoich sukcesach zawodowych, podawać nazwisk klientów, porównywać się z innymi adwokatami. Mają obowiązek zaprotestować, gdy robią to inni, np. dziennikarze. Nie mogą wysyłać publikacji dotyczących swojej praktyki lub oferować usług innym osobom niż klienci. Zakazane jest reklamowanie się w radiu i telewizji. Adwokaci mogą natomiast np. zabierać głos w mediach w kwestiach publicznie ważnych lub na temat spraw, w których biorą udział. Muszą przy tym uważać, aby nie naruszyć tajemnicy zawodowej. Wszelkie materiały reklamowe powinny być zatwierdzone przed publikacją przez władze adwokatury.

Wróćmy jednak do sprawy. Casado Coca odwołał się do sądu okręgowego, ale bezskutecznie. Sąd Najwyższy oddalił jego skargę wniesioną z zarzutem pogwałcenia prawa, odmawiając jednocześnie zgody na przekazanie sprawy Trybunałowi Konstytucyjnemu z powodu naruszenia ustawy zasadniczej. Casado Coca sam wystąpił do tego trybunału. Trybunał Konstytucyjny nie dopatrzył się naruszenia konstytucyjnych gwarancji swobody wypowiedzi.

W skardze do **Europejskiej Komisji Praw Człowieka** Casado Coca postawił różne zarzuty. Do rozpatrzenia przyjęto jedynie dotyczący naruszenia art. 10 **Konwencji** z powodu upomnienia za umieszczenie ogłoszenia.

**Komisja** wyraziła pogląd, że doszło do pogwałcenia tego przepisu. Opinię

przyjęto stosunkiem głosów 9 do 9. Zgodnie z regulaminem zdecydował głos przewodniczącego.

Władze hiszpańskie kwestionowały możliwość powoływania się w tej sprawie na art. 10 twierdząc, iż ogłoszenia adwokata nie mogły być żadną miarą poczytywane za informacje o charakterze handlowym, ale były zwykłą reklamą.

**Trybunał nie podzielił tego stanowiska.**

Trybunał stwierdził, iż art. 10 każdemu gwarantuje swobodę wypowiedzi i nie ma podstaw do zróżnicowania ich w zależności od tego, czy celem są korzyści majątkowe, czy nie.

Z dotychczasowego orzecznictwa wynika, iż artykuł 10 nie stosuje się wyłącznie do określonego typu informacji, idei lub innych form wypowiedzi. W szczególności zawarte w nim gwarancje nie ograniczają się do sfery politycznej. Obejmują także wypowiedzi artystyczne, informacje o charakterze handlowym, a nawet muzykę rozrywkową i reklamy transmitowane przez telewizję kablową.

Nie ma więc wątpliwości, że w sprawie hiszpańskiego adwokata art. 10 **Konwencji** ma zastosowanie.

Władze, broniąc się, przekonywały, że jeśli nawet doszło do ingerencji w swobodę wypowiedzi, nie nastąpiło to z powodu działania „władz publicznych” w rozumieniu art. 10. Karę na adwokata nałożyły organy dyscyplinarne adwokatury.

**Trybunał** odrzucił ten argument. Ustawa o stowarzyszeniach zawodowych głosi bowiem, iż są one korporacjami prawa publicznego. Ponadto statut adwokatury zawiera wyraźnie określone zadanie służby w interesie pub-

licznym polegającej na udzielaniu pomocy prawnej, połączonej z publiczną kontrolą praktyki adwokackiej i przestrzeganiem zasad etyki zawodowej. Decyzję o ukaraniu podjęły organy adwokatury, później jednak sądy powszechne i w końcu Trybunał Konstytucyjny rozpatrywały kolejne odwołania i utrzymały nałożoną karę. Nie ma więc wątpliwości, iż doszło do ingerencji władz publicznych.

Kroki podjęte wobec skarżącego były przewidziane przez prawo dla ochrony interesu publicznego i zapewnienia odpowiedniego szacunku dla osób wykonujących zawód adwokata. Przy ocenie, czy środki te były uzasadnione i proporcjonalne, **Trybunał** stwierdził, że reklama jest sposobem przedstawienia cech oferowanych towarów i usług. Możliwe są ograniczenia reklamy, w szczególności w celu zapobieżenia nieuczciwej konkurencji oraz reklamie fałszywej lub wprowadzającej w błąd. W pewnych okolicznościach można wprowadzić restrykcje nawet reklamy obiektywnej i prawdziwej, aby zapewnić poszanowanie praw innych osób lub ze względu na specjalne wymagania związane ze specyfiką określonego biznesu lub zawodu.

Ograniczenia takie podlegają jednak ścisłej kontroli **Trybunału**, który ocenia rzeczywistą wagę argumentów rzekomo przemawiających za ich wprowadzeniem.

**Trybunał** podkreślił szczególnie ważne miejsce adwokatury jako organu wymiaru sprawiedliwości pełniącego rolę pośrednika między społeczeństwem i sądami. Stąd ograniczenia wprowadzane wobec adwokatów i kontrola sprawowana przez rady adwokackie.

Zasady wykonywania zawodu, szczególnie w zakresie możliwości reklamowania się, są w każdym kraju inne, zgodne z jego tradycją. W ostatnich latach widoczna jest tendencja do łagodzenia restrykcji pod wpływem przemian społecznych i rosnącej roli mediów. Chociaż zakaz reklamy jest ciągle utrzymywany, takie dokumenty, jak kodeks etyczny adwokatów Wspólnoty Europejskiej lub konkluzje Konferencji Adwokatur Europejskich w Krakowie (1991) upoważniają adwokatów do pokazywania się i zabierania głosu w mediach, uczestnictwa w publicznych debatach.

**Trybunał** przyznał, iż problem jest bardzo skomplikowany. Poszczególne krajowe korporacje adwokackie mają większe możliwości niż międzynarodowi sędziowie, by określić instrumenty,

po które należy sięgnąć w danej chwili, a także właściwie uwzględnić różne interesy, które wchodzą w grę. Chodzi tu o wymagania wymiaru sprawiedliwości, godności zawodowej, prawo każdej osoby do otrzymania informacji o pomocy prawnej oraz umożliwienie adwokatom informowania społeczeństwa o swojej praktyce.

**Sędziowie ze Strasburga** orzekli, iż w sprawie adwokata Casady Coci nie można uznać działania władz za nieuzasadnione i nieproporcjonalne. Nie doszło więc do naruszenia art. 10 Konwencji. Dwaj sędziowie Vilhjalmsson i Palm byli innego zdania. Uważali, że władze hiszpańskie pogwałciły prawo do poszanowania swobody wypowiedzi. Poparli tym samym stanowisko wyrażone wcześniej przez połowę składu **Komisji**.