

Stanisław Janczewski

Godność zawodu : (ciąg dalszy)

Palestra 3/7-8(19-20), 3-11

1959

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

STANISŁAW JANCZEWSKI

adwokat

Godność zawodu

(ciąg dalszy)

III

Niedopuszczalność reklamy

W związku z kwestią wynagrodzenia za usługi świadczone przez adwokata w ramach udzielanej pomocy prawnej powstaje niezmiernie istotne z punktu widzenia godności zawodu zagadnienie, czy adwokatowi wolno w jakikolwiek sposób zjednywać sobie klientelę. Odpowiedź na to pytanie jest bardzo prosta. Jeśli adwokatura pretenduje do zajmowania uprzywilejowanego stanowiska wśród innych tzw. wolnych zawodów, jeśli chce zapewnić sobie należny szacunek z tytułu współdziałania z wymiarem sprawiedliwości, to musi w sposób jak najbardziej zdecydowany zrezygnować ze stosowania przy wykonywaniu zawodu adwokackiego metod handlowych, z którymi szczytne powołanie zawodu adwokackiego żadną miarą pogodzić się nie da. Należy zaznaczyć, że nie chodzi tu o niedocenianie wartości społecznej handlu czy przemysłu ani też o potępienie metod stosowanych przez handel lub przemysł, które, jak np. posługiwanie się reklamą lub płatnymi pośrednikami (akwizytorami, agentami itp.), w zasadzie nie są sprzeczne z etyką czy to kupiecką, czy ogólnoludzką. Chodzi tu o coś zupełnie innego, mianowicie o to, że wykonywanie zawodu adwokackiego na podstawie metod handlowych musiałoby z konieczności pociągnąć za sobą postawienie na pierwszym planie celów zarobkowych. Byłoby to niezgodne z powołaniem adwokatury i jej zadaniami i musiałoby w sposób nieunikniony doprowadzić do obniżenia jej poziomu. Adwokatowi nie wolno zapominać o tym, że jest powołany do współdziałania z sądami i innymi władzami w ochronie porządku prawnego i że jego zawód jest nie tylko źródłem zarobkowania, ale również funkcją publiczną o dużym znaczeniu społecznym, nakładającym na niego szczególny obowiązek dbania o czystość tej funkcji. Jeśli zatem kandydat do zawodu adwokackiego widzi w tym zawodzie

wyłącznie sposób zarobkowania i chciałby osiągać te zarobki za wszelką cenę, to byłoby lepiej, gdyby ze swego zamiaru uzyskania wpisu na listę adwokatów zrezygnował. Lepiej byłoby to nie tylko dla adwokatury, ale i dla niego samego, gdyż chwytanie się wszelkich środków do pozyskania sobie klientów prędzej czy później postawiłoby go w obliczu konfliktu z władzami adwokatury.

W adwokaturze obowiązuje zasada: adwokat nie poszukuje klienteli. Z zasady tej płynie cały szereg konsekwencji. A więc przede wszystkim niedopuszczalne jest, aby adwokat szanujący siebie i zawód, do którego należy, proponował komukolwiek swoje usługi. Jedno z orzeczeń Sądu Dyscyplinarnego Rady Adwokackiej w Warszawie głosi, że z godnością i powagą stanu obrończego nie da się pogodzić nie tylko fakt narzucania przez adwokata pomocy zawodowej, ale choćby nawet prostego proponowania jej osobom, które wcale się o to do adwokata nie zwracają¹. W uzasadnieniu innego wyroku tenże Sąd Dyscyplinarny stwierdza, że adwokat w swym postępowaniu powinien unikać wszelkich posunięć i kroków, które mogłyby stwarzać choćby tylko pozór, że poszukuje on klienteli i z własnej inicjatywy proponuje swoje usługi². Ten sam Sąd Dyscyplinarny uznał za podlegające represji dyscyplinarnej zwrócenie się adwokata na piśmie do nie znanej mu osoby z zaofiarowaniem jej swych usług w charakterze obrońcy.³ W uzasadnieniu jednego z wyroków Sądu Dyscyplinarnego Odwoławczego czytamy m. i., co następuje: „Pojęcia i zasady etyki zawodowej są całkowicie ustalone i we wszystkich dzielnicach Rzeczypospolitej zgodne co do tego, że nie licuje z godnością stanu adwokackiego składanie komukolwiek ofert co do gotowości udzielenia pomocy prawnej”.

Wyrok powyższy pochodzi z roku 1934, a więc z okresu, w którym odrębności dzielnicowe, istniejące m. i. również w adwokaturze, uległy znacznemu zatarciu. Jak jednak niektórzy przedstawiciele palestry, zwłaszcza na prowincji, nie zdawali sobie sprawy z tego, co adwokatowi przystoi, a co nie przystoi, dowodzi tego przykład adwokata, który wziął sobie za zadanie kaptowanie klientów dla swego brata, również adwokata, i w tym celu udał się na „wycieczkę turystyczną“ z komornikiem. W czasie tej wycieczki, pocieszając egzekwowanych przez komornika dłużników, udzielając im porad i pouczeń, a nawet poszukując dla siebie miodu wprost z pasiek, informował osoby, z którymi się stykał, o otwarciu przez brata kancelarii adwokackiej i wręczał im kartki

¹ Wyrok z dnia 27.II.1932 r., „Palestra” rok 1933, s. 494.

² Wyrok z dnia 14.IX.1929 r., „Palestra” rok 1929, s. 324.

³ Wyrok S.D.O. z dnia 1.IV.1939, Nr 29/39, „Palestra” rok 1939, s. 812.

z adresem tej kancelarii. Nic dziwnego, że Sąd Dyscyplinarny Odwoławczy uznał, iż nie powinien być adwokatem, kto czynów tego rodzaju nie uważa za nie licujące z godnością stanu adwokackiego⁴.

W związku z obowiązującym każdego adwokata zakazem czynienia jakichkolwiek zabiegów mających na celu pozyskanie sobie klienteli, zakazane jest również surowo utrzymywanie przez adwokata jakiegokolwiek kontaktu z biurami próśb i podań oraz udzielanie w takich biurach porad prawnych, których zresztą biurom tego rodzaju, jak wiadomo, udzielać nie wolno. Nie wolno również adwokatowi przyjmować spraw od klientów kierowanych do niego przez takie biura ani też korzystać z reklamy polegającej na polecaniu go przez biuro swoim klientom. W jednej ze spraw dyscyplinarnych (dość drastycznej, gdyż obwiniony adwokat był polecany przez biuro próśb i podań w rozpowszechnianych przez to biuro ulotkach) Sąd Dyscyplinarny uznał, że „godzenie się na reklamowanie adwokata jako radcy prawnego biura podań (sic!) w rozpowszechnianych ulotkach i ujawniająca się w tym współpraca z biurem podań jako instytucją pośredniczącą w dostarczaniu klientów i szkodliwą formą udzielania pomocy prawnej ludności nie licuje z godnością adwokata i uchybia jego obowiązkom zawodowym”⁵.

W innej znów sprawie Sąd Dyscyplinarny Rady Adwokackiej w Warszawie uznał, że prowadzenie kancelarii adwokackiej w tym samym lokalu, w którym znajduje się biuro próśb, pozostaje w sprzeczności z wymaganiami etyki adwokackiej i godności stanu, gdyż z jednej strony ściągą na adwokata podejrzenie współpracy z biurem próśb i korzystania z usług tegoż, z drugiej zaś strony może wprowadzać w błąd interesantów, którzy przychodząc do biura próśb, mogą żywić błędne przekonanie, że przychodzą do kancelarii adwokata⁶.

Szczególnie drastycznym wypadkiem, notowanym już w obecnych wojennych czasach, było ujawnienie faktu w pewnym dużym mieście prowincjonalnym, że w jednym i tym samym domu mąż-adwokat prowadził kancelarię adwokacką, żona zaś — biuro pisania próśb i podań. Klienci zgłaszający się do biura, byli, rzecz prosta, kierowani do męża właścicielki tego biura.

Spraw podobnych nie brakło zresztą i przed wojną. W jednej z nich Sąd Dyscyplinarny uznał za zasługujące na surową represję dyscypli-

⁴ Wyrok S.D.O. z dnia 27.VI.1937 r. Nr 110/37, „Sprawozd. Izby Adw. Krak.” za rok 1936/7, s. 165.

⁵ Orzeczenie S.D.Wil. z dnia 6.IV.1933 r. Nr D 1/33, „Sprawozd. Izby Adw. Wil.” za rok 1935/36, s. 42.

⁶ Orzeczenie S.D.Warsz. z dnia 9—19.III.1929 r., „Palestra” rok 1929, s. 720.

narną przyjęcie przez adwokata na stanowisko sekretarki córki właściciela biura pisania podań, pracującej jednocześnie w tym biurze, i przyjmowanie klientów kierowanych do niego przez to biuro⁷. Jeszcze bardziej drastyczny był wypadek przyjęcia przez adwokata w charakterze pracownika do swej kancelarii byłego właściciela biura pisania podań, co spowodowało przeciągnięcie klienteli tego ostatniego do kancelarii adwokackiej⁸.

Należy zauważyć, że utrzymywanie przez adwokata kontaktu z biurami pisania podań stanowiło według przedwojennego orzecznictwa dyscyplinarnego uchybienie godności zawodu niezależnie od tego, czy łączyło się ono z wynagradzaniem przez adwokata tych biur za kierowanie do niego klientów, co w tym wypadku przybiera formę pośrednictwa niedopuszczalnego w ogóle w zawodzie adwokackim i karanego surowo przez sądy dyscyplinarne.

Szczególną formę tego uchybienia stanowi tzw. naganiactwo, które w swej czystej postaci polega na doprowadzaniu lub kierowaniu klientów do kancelarii adwokackiej przez płatnych pośredników, tzw. naganiaczy. Rekrutowali się oni dawniej przeważnie spośród pokątnych doradców, którzy nie mając sami uprawnień do prowadzenia spraw, wchodzili w porozumienie z adwokatami i kierując sprawy do jego kancelarii, wymawiali dla siebie część jego honorarium, częstokroć z góry oznaczając jego wysokość. Naganiaczy nie brak i obecnie. Są to przeważnie ludzie, którzy w pewnym okresie swego życia mieli coś wspólnego z sądami i którym znane są kuluary sądowe.

Naganiactwo stanowi plagę, z którą walczyły i walczą wytrwale rady adwokackie, częstokroć skazane na bezsilność ze względu na trudności ujawnienia stosunków istniejących pomiędzy naganiaczami a adwokatami bądź usiłującymi zdobyć sobie klientelę w ten nie przynoszący im zaszczytu sposób, bądź też nie zdającymi sobie dostatecznie sprawy z naganności swego postępowania. W uzasadnieniu jednego z wyroków Sąd Dyscyplinarny Rady Adwokackiej w Warszawie słusznie podkreślił, że oddawanie się adwokata w ręce naganiaczy dowodzi, iż dany adwokat rezygnuje ze zdobywania sobie klienteli w sposób świadczący o rozumieniu przezeń godności zawodu, a więc za pomocą pracy, sumiennego prowadzenia powierzonych mu spraw, obrony interesów klienta z zachowaniem godności swego stanowiska itp., godzi się zaś na łatwą drogę „łapania“ klientów przez ludzi zainteresowanych w tym materialnie, wskutek czego obniża się poziom zawodowy i społeczny adwokata i podważa się

⁷ Orzeczenie S.D.Odw. z dnia 21.VI.1936 r. Nr 80/36, „Palestra” rok 1936, s. 720.

⁸ Orzeczenie S.D.Odw. z dnia 16.II.1935 r. Nr D 1474/34, „Palestra” rok 1935, s. 507.

powagę zawodu adwokackiego w społeczeństwie⁹. Toteż korzystanie z usług naganiaczy sądy dyscyplinarne uważały i uważają za jedno z najcięższych wykroczeń przeciwko etyce i godności stanu, jakich może dopuścić się adwokat, za wykroczenie, które w zasadzie powinno być karane skreśleniem z listy adwokatów¹⁰.

Nie od rzeczy będzie w tym miejscu podkreślić, że tzw. naganiacze rekrutują się przeważnie spośród ludzi stojących na bardzo niskim poziomie moralnym, niekiedy takich, którzy przez popełnienie czynów występnych utracili możliwość uczciwego zarobkowania. Sam kontakt z ludźmi tego pokroju, godzenie się adwokata na zachwalanie jego zalet wobec werbowanego dla niego klienta, wreszcie wypłacanie pośrednikowi wynagrodzenia „od głowy” lub procentowego — wszystko to stawia adwokata w sytuacji niezwykle poniżającej i całkowicie sprzecznej z powagą i godnością zawodu, którego jest przedstawicielem. Wykroczenie tego rodzaju staje się tym więcej karygodne, gdy adwokat za pośrednictwem naganiacza przyjmuje sprawę lub — co gorsza — zabiega o powierzenie mu jej, wiedząc, że dany klient korzysta już z pomocy innego adwokata. Wtedy bowiem niezależnie od uchybienia godności zawodu, jakim jest przyjęcie sprawy z rąk pośrednika, adwokat popełnia jeszcze drugie wykroczenie, mianowicie wykroczenie polegające na nielojalności wobec kolegi, któremu świadomie wyrządza krzywdę, pozbawiając częstokroć wynagrodzenia za dokonaną już przezeń pracę.

W sprawach karnych częstokroć głównym motywem, za pomocą którego pośrednik usiłuje skłonić klienta do powierzenia sprawy danemu adwokatowi, a nierzadko również do odebrania sprawy już powierzonej innemu adwokatowi, jest powoływanie się na tzw. „chody”, które rzekomo ma polecać przezeń adwokat. „Chody” — to pojęcie bardzo ogólne, pod które można podciągnąć niemal wszystko, poczynając od tego, że dany adwokat jest dobrze widziany w prokuraturze lub sądach i ma łatwiejszy od innych dostęp do poszczególnych osób, aż do dania klientowi do zrozumienia, że za odpowiednim wynagrodzeniem dany adwokat wszystko mu pomyślnie załatwi. Nie trzeba podkreślać, że sama możliwość użycia przez pośrednika tego rodzaju argumentu, który niewątpliwie musiałby znaleźć odbicie w rozmowie klienta z adwokatem, do którego został skierowany, powinien skłonić adwokata do głębokiego

⁹ Wyrok S.D.Odw. z dnia 18.I.1936 r. Nr D 107/35, „Palestra” rok 1935. s. 634. Por także orzeczn. W.K.D. z dn. 12.VII.1958, „Palestra” nr 12, s. 133.

¹⁰ Wyrok S.D. Rady Adw. Warsz. z dnia 25.IX.1937 r. Nr 106/38, „Palestra” rok 1939, s. 257. Patrz również wyrok S.D.Odw. z dnia 25.IX.1937 r., „Palestra” rok 1938, s. 58.

zastanowienia się nad tym, czy wobec nadziei klienta, że adwokat załatwi mu pomyślnie sprawy dzięki posiadanym „chodom”, może on w ogóle przyjąć sprawę bez uchybienia godności osobistej i godności zawodu, choćby nawet nie wiedział, że klient został do niego skierowany przez pośrednika.

* * *

Wyłączenie handlowych metod i środków działania przy wykonywaniu zawodu adwokackiego pociąga za sobą również niemożność korzystania przez adwokata z reklamy prasowej jako środka pozyskiwania sobie klienteli.

W kwestii tej obowiązuje do dnia dzisiejszego uchwała Naczelnej Rady Adwokackiej z dnia 2 lutego 1935 r.¹¹

Ustalając ogólny zakaz reklamowania się adwokatów, Naczelna Rada Adwokacka uznała za niedozwolone wszelkie ogłoszenia w prasie, nie wyłączając ogłoszeń ze wskazaniem tylko osoby, tytułu adwokackiego i adresu, jak również ogłoszeń o wyjeździe na wyuczasy lub o powrocie z wakacji. Jedynym ogłoszeniem dozwolonym dla adwokata jest ogłoszenie o zmianie adresu kancelarii lub o rozpoczęciu praktyki adwokackiej, ogłoszenie jednak tego rodzaju może być zamieszczone tylko raz jeden i nie powinno razić swymi rozmiarami lub wyglądem, w przeciwnym bowiem razie staje się reklamą. Podobnie niedozwolone jest umieszczanie w pismach ogłoszeń lub rozsyłanie okólników proponujących zawarcie transakcyj. Natomiast wolno jest rozsyłać zawiadomienia okólne o zmianie adresu kancelarii, wyłącznie jednak do kolegów-adwokatów lub do osób, które już zwróciły się do adwokata w swych sprawach. Niedopuszczalne jest także reklamowanie się adwokata w tzw. spisach branżowych o charakterze reklamowym. Nazwisko swoje adwokat może zamieścić jedynie w pełnym spisie adwokatów danej miejscowości, lecz i tu nie wolno mu zamieszczać nazwiska w sposób wyróżniający je na zewnątrz, a więc np. w obwódce lub za pomocą tłustego druku. Niedopuszczalne jest też reklamowanie się adwokata w postaci znaków świetlnych, szlifów lub tablic informacyjnych. Te ostatnie są dozwolone jedynie u wejścia domu, w którym mieści się kancelaria adwokacka i na drzwiach kancelarii, ale tylko o tyle, o ile nie rażą swymi rozmiarami i wyglądem zewnętrznym; rady adwokackie mają przy tym prawo określenia rozmiarów i wyglądu tabliczek informacyjnych.

Wzbronione także zostało adwokatom używanie na tabliczkach infor-

¹¹ „Palestra” rok 1935, s. 132.

macyjnych lub w nagłówkach korespondencji jakichkolwiek tytułów lub stanowisk z wyjątkiem tytułów naukowych, jak doktor lub magister. W ten sposób tabliczki informacyjne, ogłoszenia w tych wypadkach, gdy są one dozwolone, lub nagłówki korespondencji mogą zawierać jedynie imię i nazwisko, tytuł „advokat”, adres i godziny przyjęć. Poza tym Naczelna Rada Adwokacka uznała za dozwolone zamieszczanie tytułów odnoszących się do działalności zawodowej i ustanowionych w prawie, jak np. „obrońca konsystorski” lub „obrońca w sprawach wojskowych”.

Natomiast wskazywanie przez adwokata swej specjalności (np. sprawy cywilne, karne itp.) uznane zostało za niedozwolone, w myśl bowiem uchwały Wydziału Wykonawczego Naczelnej Rady Adwokackiej z dnia 6 lipca 1935 r.¹² adwokat „nie może przypisywać sobie znajomości specjalnej dziedziny i kwalifikować siebie samego jako specjalistę”.

Co się tyczy aplikantów adwokackich, to wymieniona wyżej uchwała Naczelnej Rady Adwokackiej z dnia 2 lutego 1935 r. stanowi, że wobec nieposiadania przez nich prawa samodzielnego prowadzenia spraw nie wolno im ogłaszać się i rozsyłać okólników, nie wolno również posiadać tablic informacyjnych z tytułem aplikanta adwokackiego ani zaznaczać tego tytułu w pismach lub korespondencji.

Uchwała Naczelnej Rady Adwokackiej z dnia 2 lutego 1935 r. dotyczyła wyłącznie indywidualnych kancelarii adwokackich. Z chwilą powołania do życia zespołów adwokackich powstało zagadnienie, czy adwokatom-członkom zespołów adwokackich wolno jest posiadać na zewnątrz domów, w których zamieszkują, tabliczki informacyjne, skoro ich praca koncentruje się w zespołach. Początkowo rady adwokackie nie zezwalały na posiadanie przez członków zespołów adwokackich tego rodzaju tabliczek. Praktyka ta uległa zmianie na skutek uchwały Wydziału Wykonawczego Naczelnej Rady Adwokackiej z dnia 1 lutego 1957 r.,¹³ mocą której adwokatom-członkom zespołów adwokackich zezwolono na posiadanie na domach, w których zamieszkują, tabliczek informacyjnych określonego przez rady adwokackie typu, zawierających poza imieniem i nazwiskiem adwokata informację o adresie zespołu.

Przy powzięciu tej uchwały Wydział Wykonawczy kierował się nie interesem adwokata, lecz interesem klienta. Wynika to z uzasadnienia uchwały, w którym Wydział Wykonawczy stwierdził, że wywieszka adwokacka powinna służyć nie reklamie czy werbowaniu adwokata, lecz jedynie wygodzie klienta przez ułatwienie mu odnalezienia adwokata i przez zapobieganie praktykom naganiaczy, rozpowszechniających nie-

¹² „Palestra” rok 1935, s. 602.

¹³ „Palestra” rok 1957, s. 81.

kiedy fałszywe pogłoski o tym, że poszukiwany adwokat wyprowadził się z danego miasta lub że zarzucił praktykę, czy nawet umarł.

Inaczej jednak przedstawia się sprawa, gdy adwokat będący członkiem zespołu adwokackiego nie zamieszkuje w obranej siedzibie. Wówczas umieszczenie tabliczki w miejscu jego faktycznego zamieszkania nie tylko nie odpowiadałoby temu celowi, tj. informowania klienta o adresie adwokata w miejscu funkcjonowania zespołu, lecz wręcz odwrotnie, mogłoby stwarzać fałszywe pozory, że adwokat jest uprawniony do wykonywania zawodu nie w swojej siedzibie, lecz w miejscowości, w której faktycznie zamieszkuje, częstokroć oddalonej od siedziby. W związku z tym uchwałą z dnia 21 czerwca 1957 r. Wydział Wykonawczy wyjaśnił, że tylko ci członkowie zespołów są uprawnieni do posiadania tabliczek informacyjnych, którzy zamieszkują (mają siedzibę) w tej miejscowości, gdzie mieści się zespół¹⁴.

Stanowisko zajęte przez Wydział Wykonawczy w przytoczonych uchwałach podzieliła Naczelna Rada Adwokacka, która uchyliła uchwały rad adwokackich zezwalające adwokatom zamieszkałym poza miejscowością, gdzie mają siedzibę zawodową, na posiadanie na domach w miejscu swego zamieszkania tabliczek informacyjnych i poleciła radom adwokackim, aby zarządziły zdjęcie tych tabliczek¹⁵.

Od zarzutu niedozwolonej reklamy nie są wolne niekiedy także zespoły adwokackie. Próby takiej „kolektywnej reklamy” członków zespołów adwokackich przez zamieszczanie rzucających się w oczy tablic na budynkach sądowych, pocztowych, kolejowych i przystankach PKS zostały już w niektórych miejscowościach zaobserwowane. Tam gdzie istnieje kilka zespołów, noszą one dość przykrą cechę rywalizacji, czy konkurencji zawodowej. Lecz również wtedy, gdy w danej miejscowości istnieje tylko jeden zespół, podawanie informacji o zespole powinno być ograniczone wyłącznie do wywieszek czysto informacyjnych, przeznaczonych dla zorientowania osób zainteresowanych o siedzibie zespołu i godzinach funkcjonowania, ewentualnie o godzinach dyżurów w sądzie.

Jest samo przez się zrozumiałe, że ograniczenia dotyczące reklamowania się adwokatów w spisach wszelkiego rodzaju, w szczególności zamieszczania w takich spisach danych w sposób wyróżniający na zewnątrz, jak np. w obwódce lub za pomocą tłustego druku, stosują się także do zespołów adwokackich.

W ostatnich czasach pojawiły się również wypadki swoistej autoreklamy adwokackiej przy pewnych występach w telewizji, radiu, konkur-

¹⁴ „Palestra” rok 1957, nr 4, s. 99.

¹⁵ Uchwała NRA z dnia 1 marca 1958 r., „Palestra” rok 1958, nr 5—6, s. 87.

sach, publicznych imprezach rozrywkowych itp. Nie każdy, rzecz prosta, występ adwokata w telewizji lub radiu musi mieć charakter reklamarski, inaczej bowiem należałoby dojść do wniosku, że adwokatowi w ogóle nie wolno przemawiać w audycjach telewizyjnych lub radiowych. I tak np. trudno byłoby uznać za autoreklamę pogadankę wygłoszoną przez adwokata na temat prawniczy. Już jednak sama treść pogadanki i sposób jej podania słuchaczom może świadczyć o chęci reklamy. Dotyczy to w większym jeszcze stopniu występów w telewizji i na imprezach rozrywkowych, jeżeli poza treścią demonstruje się własne zdolności, przypisywaną sobie wiedzę i inne walory natury osobistej.

Od zarzutu reklamy mogą nie być wolne także wystąpienia adwokatów w prasie. I tu o reklamarskim charakterze wystąpień rozstrzygać będzie treść wystąpienia, nierzadko zaś mniej lub więcej zawoalowana chęć wysunięcia własnej osoby przez podkreślenie swej wiedzy i autorytetu w danej dziedzinie.

Nie od rzeczy będzie w tym miejscu nadmienić, że w myśl wytycznych do wykonywania zawodu adwokata uchwalonych przez Związkową Izbę Adwokacką w NRF podawanie obok imienia i nazwiska adwokata także jego zawodu i siedziby dopuszczalne jest jedynie w fachowej prasie prawniczej, natomiast jeśli chodzi o inne pisma, to przy imieniu i nazwisku adwokata dopuszczalne jest jedynie oznaczenie stopnia akademickiego. W sprawozdaniach sądowych może być zamieszczone przy nazwisku adwokata również oznaczenie jego zawodu, należy jednak przestrzegać rzeczowego ujęcia sprawozdania bez zamieszczania podobizny adwokata¹⁶.

Na zakończenie należałoby jeszcze poruszyć pewne, najzupełniej zresztą uchwytnie objawy reklamy adwokackiej, wynikające z jednoczesnego wykonywania zawodu adwokata i pełnienia funkcji radcy prawnego dużych przedsiębiorstw, spółdzielni i zakładów przemysłowych mających duże załogi. Poradnictwo dobrowolne (a nieraz i narzucone) dla członków załogi, reklamowane przez rady zakładowe i dyrekcje tych placówek nie tylko w formie wywieszek, ale i na otwartych lub zamkniętych zebraniach załogi z okazji różnych uroczystości, święcenia osiągnięć organizacyjnych, bytowych, społecznych itp., jest również niedopuszczalną dla adwokata formą reklamy, w skutkach o tyle gorszą, że może adwokata-radcę prawnego postawić w kolizji z jego obowiązkami w stosunku do placówki, w której jest zatrudniony.

(dalszy ciąg nastąpi)

¹⁶ Richtlinien für die Ausübung des Anwaltsberufs ansgestellt von der Bundesrechtsanwaltskammer. 11 Mai 1957.