

Stanisław Śniechórski

Etos adwokatury a reklama

Palestra 50/3-4(567-568), 137-138

2005

Artykuł został 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.

PUNKTY WIDZENIA

Stanisław Śniechórski

ETOS ADWOKATURY A REKLAMA

Adam Mickiewicz, syn adwokata, w balladzie „Pani Twardowska” przykrą charakterystykę tego stanu pozostawił na wieczne czasy, pisząc:

*Na patrona z trybunału
Co milczkiem wypróżniał rondel,
Zadzwonił kieską pomału,
Z patrona robi się kondel...*

Od epoki ojca Adamowego minęły lata i kilkanaście pokoleń adwokackich, z których każde czyniło wiele, aby stan ten nabrał godności, szacunku ludzkiego, wzajemnej życzliwości i powagi. Nie ulega wątpliwości, że zawsze, jak w każdym zawodzie, istniała wzajemna rywalizacja i konkurencja, niemniej markowana kulturą, dobrymi obyczajami i głębokim przekonaniem, że dla adwokata najważniejsze jest rzetelne wypełnianie przyjętych zadań, jako jedyny sposób zdobywania renowy i powodzenia.

Oparty na zasadach lojalności koleżeńskiej i solidarności zakaz korzystania z reklamy w jakiegokolwiek formie stał się podstawą, że we wszystkich kodeksach etyki adwokackiej znalazł się jasno sformułowany zakaz korzystania z reklamy i nieetycznego pozyskiwania klientów.

Uznawano za uwłaczające godności adwokata umieszczanie obwieszczeń i ogłoszeń prasowych o swojej działalności zawodowej. Czy te obyczaje godne są kontynuowania w zmieniających się stosunkach i czasach? Czy cel, który im przyświecał – zachowanie wysokiej godności zawodu, wart jest obrony?

Zagadnienie warte otwartej dyskusji.

Idą bowiem nowi ludzie, z zachodu płyną inne przykłady. Czy warto porzucać to, co utrwalone zostało tradycją, sprawdzone wieloletnią praktyką, w imię naśladownictwa innych wzorów?

Redakcja znanej i poczytnej gazety od wielu miesięcy organizuje w poszczególnych rejonach Polski rankingi, jak podaje: dla wyłonienia najlepszych firm prawni-

czych i najlepszych adwokatów. W wyniku takiej akcji wyłaniani są najlepsi, zarówno najlepsze firmy, jak i adwokaci indywidualni i są następnie prezentowani na łamach dziennika; mają prawo do publikowania swoich życiorysów i osiągnięć zawodowych, do opisu zwycięstw odnoszonych w swojej działalności.

Dzieje się to wszystko, gdy jeszcze nieznowelizowany przepis § 23 Zbioru Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu z 10 października 1998 r. obwieszcza zakaz reklamy w jakiegokolwiek formie. Nie tylko udział w „rankingach”. Obserwuje się generalne lekceważenie powyższego przepisu.

Pisma codzienne, wydawnictwa specjalne, katalogi, książki telefoniczne pełne są płatnych reklam działalności zawodowej tak firm prawniczych, jak i indywidualnie działających adwokatów.

Jest to zjawisko gorszące, wobec faktu, że nadal dzieje się to w czasie, gdy obowiązuje powołany wyżej przepis § 23 Zbioru Zasad, a nic nie wskazuje, aby czyniono przygotowania do jego nowelizacji.

Obroncy imprezy pod nazwą „ranking”, prowadzonej przez prasę, twierdzą, iż istnieje konieczność informowania społeczeństwa o istnieniu, działalności i specjalizacji poszukiwanych adwokatów czy firm prawniczych. Zamykają oczy na fakt, że w tej akcji nad informacją dla szukających pomocy prawnej dominuje zjawisko reklamy.

Również nie zwracają uwagi na procedurę towarzyszącą wyborom tych rzekomo najlepszych. Kandydaci zgłaszają się sami i nie są reprezentantami całego środowiska czynnych adwokatów.

Staje się zatem palącym zadaniem dla organów samorządowych opracowywanie i wydawanie INFORMATORÓW obejmujących wszystkich czynnych adwokatów i wszystkie firmy prawnicze z wyraźnym wskazaniem ich zakresu działalności.

To zapobieganie partyzantce, wyłanianiu przypadkowych wielkości w gazetowych rankingach. Coś ta zabawa przypomina wyjadanie najlepszych kąsków przez palestranta z ballady Mickiewicza.

Dbajmy o zachowanie i obronę wysokiej godności naszego zawodu.