

Paweł Kowalczyk

Granice dopuszczalności zawodowego wykorzystywania Internetu przez adwokatów

Palestra 46/7-8(535-536), 82-94

2002

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.

WAŻNE DLA PRAKTYKI

Paweł Kowalczyk

Granice dopuszczalności zawodowego wykorzystywania Internetu przez adwokatów

Przyjęta *de lege lata* koncepcja wykonywania zawodu adwokata jest naturalną konsekwencją „klasycznego” stylu wykonywania tego zawodu. Czy jednak wobec istotnych zmian wynikających m.in. z rozwoju informatyki, dotyczące tego regulacje nie są już niewystarczające? Jestem przekonany, że w nieodległej perspektywie czasowej wielu adwokatów zdecyduje się na wykonywanie zawodu przy wykorzystaniu nowoczesnych rozwiązań technicznych, w tym oczywiście Internetu. Na trafność takiego stanowiska wskazuje chociażby przykład art. 125 § 2 kodeksu postępowania cywilnego stanowiący na przyszłość podstawę przesyłania pism procesowych w formie elektronicznej, czy też już obecnie stosowane art. 160 i 168

Ordynacji podatkowej¹ dające możliwość elektronicznego wezwania oraz złożenia zapytania do urzędu skarbowego. Niedawne uchwalenie ustawy o podpisie elektronicznym nadaje niniejszej analizie walor już nie wolnych dywagacji *de lege ferenda*, ale rzeczywistą potrzebę czasu.

Obowiązujące przepisy ustawy z dnia 26 maja 1982 r. Prawo o adwokaturze² opierają się na założeniu pewnej „aktywności zewnętrznej” czynnego zawodowo adwokata. Wyrazem tego jest wymieniony w art. 21 ust. 1 Prawa o adwokaturze obowiązek posiadania siedziby oraz obowiązek zamieszkania w miejscowości, w której adwokat ma wyznaczoną siedzibę. Fakt ten nie oznacza bynajmniej terytorialnego

¹ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Dz.U. Nr 136, poz. 926 ze zm.

² Dz.U. Nr 16, poz. 124 ze zm.

ograniczenia działalności adwokata, ale w gruncie rzeczy, przy wspomnianym „klasycznym” stylu pracy, do tego się sprowadza.

W świetle postępu techniki i idących za tym zmian kulturowych, umieszczenie na lokalu, w którym adwokat wykonuje zawód tablicy informacyjnej (o której mowa w § 23 ust. 3 Zbioru zasad etyki adwokackiej i godności zawodu wprowadzonego uchwałą z dnia 10 października 1998 r.³) może nie mieć większego znaczenia i to zarówno dla samego adwokata jak również – co chciałbym podkreślić – dla osób zainteresowanych skorzystaniem z jego usług. Warto wobec tego zadać sobie trud odpowiedzi na bardzo praktyczne, jak się okazuje pytanie, a mianowicie czy w świetle szczególnej regulacji wykonywania zawodu korzystanie przez adwokatów z Internetu *de lege lata* jest dopuszczalne? Poszukując na nie odpowiedzi wychodzę z założenia, że czymś nieuzasadnionym byłoby ograniczenie adwokata w korzystaniu z nowych możliwości technicznych, w imię ochrony słusznej skądinąd wartości, jaką stanowi powaga wykonywania zawodu. Warto natomiast zachowując obostrzenia, których wyrazem jest § 23 Zbioru zasad (ustanawiający szczególny rygor informowania o adwokacie) nie ograniczać jednocześnie słusznego dostępu do informacji o wykonującym zawód adwokacie. Mam tu na myśli problem dostępu do informacji o możliwości skontaktowania się z adwokatem przez Internet.

Poczta elektroniczna

Usiłując zatem ustalić zakres dopuszczalnego wykorzystania Internetu przez korporację adwokacką, na wstępie można stwierdzić, że poza dyskusją pozostaje zagadnienie dopuszczalności korzystania przez adwokatów z usługi jaką jest poczta elektroniczna. Brak jest bowiem jakiegokolwiek przepisu prawa (w tym także zasad etyki) uniemożliwiającego posługiwanie się środkami technicznymi – także Internetem – w celu kontaktowania się z adwokatem. Wypada przy tej okazji jedynie podkreślić obowiązek zachowania tajemnicy zawodowej wyprowadzany z art. 6 ust. 1 Prawa o adwokaturze – stanowiącego: „Adwokat obowiązany jest zachować w tajemnicy wszystko o czym dowiedział się w związku z udzielaniem pomocy prawnej”. W razie korzystania przez adwokata z poczty elektronicznej podkreślenia domaga się także § 19 ust. 5 Zbioru zasad, zgodnie z którego brzmieniem „adwokat posługujący się w pracy zawodowej komputerem lub innymi środkami elektronicznego utrwalania danych obowiązany jest stosować oprogramowanie zabezpieczające dane przed ich niepowołanym ujawnieniem”. Obowiązek ten dotyczy nie tylko zabezpieczenia samego sprzętu przed ujawnieniem danych, ale odpowiedniego zabezpieczenia przesyłanych danych przed odczytem – zwłaszcza w przypadku przesyłania danych na odległość, z którym mamy do czynienia korzystając z poczty elektronicznej. Obowiązek

³ Uchwała nr 2/XVIII/98.

ten w praktyce często bagatelizowany, przypuszczalnie będzie zachowywany dopiero z chwilą faktycznego funkcjonowania nowo uchwalonej ustawy o podpisie elektronicznym. Przesyłany pocztą elektroniczną plik zaopatrzony takim podpisem będzie bowiem jednocześnie kodowany, co stanowić powinno minimum wymaganych zabezpieczeń.

Pewną konsekwencją korzystania przez adwokatów z poczty elektronicznej jest umożliwienie osobom nie posiadającym własnego konta e-mail, albo nie mogącym w danej chwili skorzystać z posiadanego przez siebie konta, nawiązania kontaktu z adwokatem przez Internet. Technicznie odbywa się to poprzez umożliwienie skorzystania z użyczonego „formularza pocztowego” w celu przesłania poczty elektronicznej. Zagadnienie to w istotny sposób wiąże się z usługą stron www. Możliwość skorzystania z „formularza pocztowego”, realizuje się poprzez „wejście” na stronę www., na której formularz jest umieszczony i przesłanie własnej informacji na adres e-mail wskazany w formularzu. Oczywiście naturalne jest, że zapewnienie możliwości takiego kontaktu spoczywa na samym zainteresowanym – w tym wypadku adwokacie. Przesyłanie informacji przy skorzystaniu z tego typu usługi odbywa się jednokierunkowo – ze strony www. wyłącznie na adres e-mail wskazany w formularzu – z reguły adres udostępniającego formularz. Uprzedzając nieco dalsze dywagacje należy wskazać, iż w tak przedstawionej sytuacji strona www. stanowiłaby już nie tylko tablicę informacyjną, ale speł-

niałaby rolę medium komunikacyjnego – odpowiednik budki telefonicznej wyposażonej w możliwość przekazania informacji pod wskazany numer. Wspomniane ograniczenia techniczne nie powinny jednak stanowić argumentu przeciwko dopuszczalności stosowania rozwiązań związanych z „formularzem pocztowym”. Mogą one bowiem służyć większej dostępności adwokatów, a okoliczność ta nie tylko nie jest zabroniona ale raczej wskazana. Służy bowiem szczególnemu powołaniu adwokatów.

Inne usługi internetowe

Zawężanie Internetu w przypadku adwokatów wyłącznie do usługi jaką jest poczta elektroniczna byłoby niewłaściwe. W takim wypadku Internet stanowiłby wyłącznie doraźnie wykorzystywane medium komunikacyjne. Byłoby to niesłuszną rezygnacją z szerokiej gamy pozostałych możliwości jakie stwarza Internet. Tu jednak pojawia się problem, gdyż *de lege lata* dopuszczalność zawodowego korzystania przez adwokatów z innych usług Internetu nie jest już taka jednoznaczna. Wątpliwość ta pojawia się w szczególności na tle surowego zakazu reklamy usług adwokackich (§ 23 ust. 5 Zbioru zasad). Analiza obowiązujących także w stosunku do Internetu uregulowań z zakresu zakazu reklamy i zasad informowania o wykonującym zawód adwokacie – na gruncie zarówno przepisów Prawa o adwokaturze jak i Zbioru zasad – prowadzi do wniosku, że *ratio legis* tak rygorystycz-

negu stanowiska przepisów w tej kwestii należy poszukiwać w aksjologicznym uzasadnieniu tychże przepisów. Nie wdając się w tym miejscu w szczegóły należy jedynie podkreślić słuszność takiego założenia.

Dalsze rozważania chciałbym jednakże poświęcić wyłącznie problemowi dopuszczalności wykorzystywania przez adwokatów usługi internetowej jaką jest zamieszczanie informacji na stronach www. Świadomie zatem pomijam w dalszej części pracy pozostałe pola wykorzystywania Internetu, w tym grupy dyskusyjne. Jest to w moim przekonaniu uzasadnione, gdyż w perspektywie analizy problemu zakazu reklamy, dopuszczalność umieszczania na stronie www. informacji o praktyce adwokackiej wydaje się być najistotniejsza – w praktyce bowiem strony www. są wykorzystywane najczęściej. Poza tym szczegółowa analiza usługi www. rzuca istotne światło na pozostałe z wymienionych usług internetowych.

Tablica informacyjna

Wykładnia celowościowa przepisu § 23 ust. 3 Zbioru zasad prowadzi do wniosku, że u podstaw wymogu umieszczenia odpowiedniej tablicy informacyjnej o miejscu wykonywania zawodu adwokata, spoczywa troska dwojakiego rodzaju. Po pierwsze o umożliwienie informowania przez adwokata o świadczonych usługach, po drugie zaś odna-

lenia adwokata przez osobę zainteresowaną skorzystaniem z jego usług. Obie te intencje potwierdza przepis § 3 regulaminu w sprawie zasad wykonywania zawodu adwokata w kancelarii indywidualnej lub spółkach⁴, stanowiąc: „Lokal, w którym adwokat wykonuje zawód powinien być odpowiedni. Lokal powinien być oznaczony na zewnątrz wywieszką zawierającą imię i nazwisko współników oraz dni i godziny ich przyjęć”. Nie chodzi przecież o ograniczenie adwokatów w korzystaniu z nowoczesnych środków technicznych. Jest raczej odwrotnie – adwokaci – jak to chociażby można wywnioskować z treści art. 3 pkt 4 Prawa o adwokaturze – winni doskonalić się zawodowo. Ujmując ten problem z drugiej strony można zauważyć, że dopuszczenie zamieszczania informacji o działalności zawodowej adwokata na stronach www. jest ułatwieniem kontaktu i korzystania z usług adwokackich przez samych zainteresowanych. Praktyka pokazuje bowiem, że wcale nierzadkie bywają przypadki poszukiwania adwokatów i zlecenia im prowadzenia obsługi prawnej na odległość, a czasem nawet bez osobistego kontaktu. Warto w tym kontekście wskazać na wciąż aktualne (pomimo, że sformułowane na tle Zbioru zasad w brzmieniu z 26 listopada 1993 r.) krytyczne uwagi J. Preussner-Zamorskiej dotyczące kwestii informowania o wykonujących zawód adwokatów. W kontekście niniejszych rozważań na szczególne uwzględnienie zasłu-

⁴ Regulamin w sprawie wykonywania zawodu uchwalony przez NRA w dniu 11 października 1997 r.

guje wskazany przez ww. autorkę postulat informowania na szyldzie o specjalizacji zawodowej adwokata⁵.

Można by jednak w tym miejscu zadać sobie pytanie: jak ocenić stan, w którym adwokat zdecyduje się wykonywać zawód korzystając z możliwości jakie daje Internet? Tradycyjne „oznaczenie lokalu” staje się wówczas dla niego mało istotne. Nabiera natomiast znaczenia możliwość odnalezienia kancelarii adwokackiej na stronach www. oraz nawiązanie kontaktu z adwokatem przez Internet⁶.

Dotychczasowe uregulowania prawne dotyczące umieszczania jedynie tablicy informacyjnej na lokalu wynikają ze wspomnianego „klasycznego” stylu wykonywania zawodu adwokata. Jeszcze do niedawna bowiem nikt nie przypuszczał, że w ogóle możliwym będzie świadczenie pomocy prawnej, a nawet zastępstwo prawne przy wykorzystaniu Internetu, a co za tym idzie, że wspomniany styl wykonywania zawodu dla niektórych adwokatów może okazać się mało atrakcyjny. Należy więc przyjąć, że wątpliwość dotycząca możliwości „wywieszenia tabliczki www.” przez adwokata wynika nie tyle z negacji wykorzystania Internetu, co z braku uświadomienia sobie takiej możliwości, a nade wszystko takiej potrzeby.

Wskazane wyżej *ratio legis* przepisu nakładającego obowiązek oznaczenia lokalu, w którym adwokat wykonuje swój zawód odpowiednią tablicą infor-

macyjną, pozwala na stwierdzenie, że z tego punktu widzenia zamieszczanie informacji o adwokacie na stronie www. nie godzi w godność zawodu. Wręcz przeciwnie – umieszczenie w Internecie strony www. służy celowi jaki przepis § 3 regulaminu w sprawie zasad wykonywania zawodu adwokata w kancelarii indywidualnej lub spółkach ma realizować, a mianowicie informowaniu o możliwości skorzystania z usług adwokackich. Biorąc zatem pod uwagę to kryterium można by stwierdzić, że umieszczenie przez adwokata w Internecie strony www. z informacją o pracy kancelarii jest dopuszczalne. Odrębnym, aczkolwiek także istotnym pozostaje natomiast zagadnienie sformułowania treści „tablicy informacyjnej” na stronach www. tak, aby nie naruszała ona generalnego zakazu reklamy adwokackiej.

Dokonując w końcu wykładni systemowej § 23 ust. 3 Zbioru zasad oraz § 3 regulaminu w sprawie zasad wykonywania zawodu adwokata w kancelarii indywidualnej lub spółkach można zaryzykować stwierdzenie, że jeśli adwokat decyduje się wykonywać swój zawód przy wykorzystaniu Internetu, to powinien umieścić odpowiednią „tablicę” informacyjną także w tej cyberprzestrzeni.

Zakaz reklamy adwokackiej

Przepis § 23 ust. 1 Zbioru zasad brzmi: „Adwokata obowiązuje zakaz

⁵ J. Preussner-Zamorska, *Uwagi na temat zakazu reklamowania wolnych zawodów*, Rejent Nr 3/35 1994, s. 32.

⁶ Podobnie J. Preussner-Zamorska, *Uwagi...*, s. 32.

korzystania z reklamy w jakiegokolwiek formie, jak również zakaz pozyskiwania sobie klientów w sposób sprzeczny z godnością zawodu". Zawarta w cytowanym przepisie norma zakazu reklamy adwokackiej ma zarówno w Polsce jak i za granicą swoją bogatą tradycję⁷. Odnosząc się do niej z szacunkiem warto jednak zachować szczególną ostrożność, by przypadkiem nie pozbawić adwokatów słusznych, a nawet wręcz koniecznych do wykonywania zawodu możliwości, w tym m.in. wykorzystywania Internetu. Nie należy pomijać specyfiki wykonywania zawodu adwokata wynikającej ze współdziałania z wymiarem sprawiedliwości, a znajdującej swój wyraz m.in. w treści art. 87 Prawa działalności gospodarczej wyłączającego adwokatów z grona przedsiębiorców. Słusznie bowiem w odniesieniu do reklamy adwokackiej stwierdza S. Janczewski: „nie chodzi tu o dezawuowanie handlu czy przemysłu i stosowania metod handlowych w tym reklamy, które nie są sprzeczne z etyką kupiecką – ale o niepodporządkowywanie wykonywania zawodu adwokata metodom handlowym – celom zarobkowym”⁸. Niewłaściwym byłoby jednakże abstrahowanie od potrzeby wykorzystania nowoczesnych osiągnięć techniki przez współczesnych adwokatów.

Tak też § 23 ust. 1 Zbioru zasad stanowiący ograniczenie wykonywania zawodu adwokata, w myśl zasady excep-

tiones non sunt extendendae, nie powinien być dowolnie rozszerzany. W szczególności, takiej wykładni przedmiotowego zakazu reklamy nie uzasadnia orzeczenie Wyższego Sądu Dyscyplinarnego z dnia 17 grudnia 1988 r. (WSD 32/88), którego jedna z tez brzmi: „Zbiór Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu jest ramowym drogowskazem postępowania adwokatów, którzy – w wypadku nieprzewidzianym w Zbiorze – powinni kierować się zwyczajami przyjętymi w środowisku adwokackim”⁹. Nie należy z tego wywodzić, że dotychczasowe niekorzystanie przez adwokatów z Internetu – jako nieprzyjęte w środowisku adwokackim – decyduje o niedopuszczalności wykorzystania Internetu przez adwokatów.

W tym miejscu dotykamy jednak już znacznie bardziej złożonego problemu, jakim jest ocena oraz kwalifikacja danego przekazu jako reklamowego bądź informacyjnego. Ponieważ problem ten doczekał się wielu wnikliwych opracowań, pozostawiam go bez głębszej analizy¹⁰. Wskazując jedynie na złożoność tego zagadnienia można za E. Nowińską podnieść „problem ukrywania treści reklamowych w naturalnych przekazach” oraz „kwestię ewentualnego wprowadzenia odbiorców w błąd (art. 16 ust. 1 pkt 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji)” za przykład podając „dyskusję” w Internecie, która „jeśli toczona jest na zamówienie pro-

⁷ Szerzej Z. Krzemiński, „Palestra” 1990, nr 6–7, s. 71.

⁸ S. Janczewski, *Godność zawodu adwokata*, Warszawa 1960, s. 10.

⁹ Z. Krzemiński, „Palestra” z 1990 r. nr 6–7, s. 70–74.

¹⁰ Szerzej S. Jankiewicz, *Prowadzenie reklamy w Internecie*, Radca Prawny 2001, Nr 2, s. 40 i n.

ducenta, może podlegać negatywnym ocenom z punktu widzenia prawa konkurencji”¹¹.

Listy adwokatów

Reklamą niewątpliwie może być przekaz dotyczący jednego adwokata. Czy natomiast informacja, która dotyczy wielu adwokatów może stanowić przekaz reklamowy? Co do zasady na tak postawione pytanie należałoby odpowiedzieć twierdząco. Przekaz taki nie byłby jednakże reklamą w sytuacji nieindywidualizowania poszczególnych adwokatów lub ich zespołów. Takie też wnioski zawarła NRA w uchwale z 29 kwietnia 1989 r., w której czytamy m.in.: „(...) prawidłowa interpretacja tego przepisu (zakazującego reklamy adwokatów – przyp. wł.) zezwala okręgowym radom adwokackim na informowanie w prasie, w ogłoszeniach w środkach masowego przekazu, lub w innej formie o działalności zawodowej adwokatury (...), bez podawania imion i nazwisk. Tego rodzaju ogłoszenia i informacje nie będące indywidualną reklamą adwokacką, są zgodne z zasadami etyki adwokackiej i godności zawodu, a ponadto leżą w żywotnym interesie społeczeństwa i porządku prawnego”¹².

Mimo że teza cytowanej uchwały została uzasadniona okolicznością braku „indywidualnej reklamy adwokackiej”

to jest ona aktualna także w przypadku „reklamy zbiorowej”.

Szczególnym przypadkiem nie będącego reklamą informowania o działalności zawodowej adwokatury jest publikowanie list adwokatów. W tej kwestii w ramach postulatów *de lege ferenda* warto wskazać na potrzebę publikowania przez okręgowe rady adwokackie list adwokatów oraz informacji o możliwości kontaktu z nimi. Mimo że w aktualnym stanie prawnym takie zachowanie nie opierałoby się na żadnym ustawowym nakazie lub upoważnieniu to zasługiwałoby na pochwałę. Jak to bowiem podnosi J. Preussner-Zamorska, umieszczenie wykazu list zawodowo czynnych adwokatów czy też funkcjonujących kancelarii służyłoby klientom dając im rzetelną informację co do tego, nie uwłaczając powadze i godności zawodu¹³. Zyskało ono już pewną aprobatę i to zarówno w samym szeroko rozumianym środowisku samorządu adwokackiego jak i władz korporacyjnych. Postulat dotyczący publikacji list adwokatów zyskuje szczególne znaczenie zwłaszcza w dobie powszechnego dostępu do Internetu. W sposób szczególny dotyczy zatem publikacji takich list w Internecie – w tym informujących o możliwości nawiązania kontaktu z adwokatem za pomocą poczty elektronicznej. Dopuszczenie informowania przez samorząd adwokacki o możliwości kontaktu z poszczególnymi adwoka-

¹¹ E. Nowińska, *Nieuczciwa reklama w Internecie – problemy prawne* (w:) *Internet – problemy prawne*, red. R. Skubisza Lublin 1999, s. 57.

¹² „Palestra” 1989, nr 5–7, s. 130.

¹³ J. Preussner-Zamorska, *Uwagi ...*, s. 32.

tami za pośrednictwem poczty elektronicznej znajduje już obecnie oparcie w praktyce przekazywania prowadzonych na podstawie art. 49 prawa o adwokaturze przez ORA list adwokatów dla: NRA, prezesów sądów apelacyjnych i okręgowych, a także właściwych prokuratorów apelacyjnych i okręgowych. Jak z powyższego wynika listy takie nie są powszechnie dostępne, a na dodatek nie zawierają informacji o adresach internetowych adwokatów. Tymczasem nic nie stoi na przeszkodzie aby takie listy były powszechnie dostępne także w Internecie.

Strony www.

Usługa stron www. daje jeden z najbardziej swobodnych i najprostszych sposobów dostępu do danych o zawodowo czynnym adwokacie. Czy jednak umieszczenie w Internecie informacji o kancelarii nie stanowi naruszenia zakazu reklamy, o którym mowa w § 23 ust. 1 Zbioru zasad. Gdyby nawet odpowiedź na tak postawione pytanie okazała się negatywna to i tak zgodnie z treścią § 23 ust. 5 Zbioru zasad ewentualna dalsza dyskusja co do dopuszczalności zamieszczania w Internecie informacji dotyczącej adwokata doznaje szeregu kolejnych ograniczeń. Systematyzując nieco to zagadnienie można zauważyć, że przepisy Zbioru zasad w tym w szczególności § 23 odróżniają reklamę adwokacką od informacji o adwokacie. Jakkolwiek zakaz reklamy jest bezwzględny, to reguła pozwalająca na zamieszczenie informacji dotyczącej adwokata doznaje szeregu ograniczeń. W

przeważającej części wymienia je § 23 pkt 5. I tak dotyczą one: 1) zawartości przekazu informacyjnego – mogą się w nim znaleźć jedynie takie dane jak: zawód, imię i nazwisko, tytuł naukowy, preferencje zawodowe, możliwości obsługi prawnej w obcych językach, adres i numery środków łączności; 2) szaty zewnętrznej – nie powinny wyróżniać się spośród innych standardowych informacji i uchylać powadze zawodu; 3) miejsca zamieszczenia informacji – wyłączone zostały środki masowego przekazu. Jedynym wyjątkiem w ramach wspomnianego ograniczenia jest „jednorazowa informacja w prasie o rozpoczęciu działalności i zmianie adresu, nazwiska lub nazwy”. Na marginesie jedynie należy wskazać na oczywisty błąd logiczny komentowanego zapisu i konieczność zastąpienia zastosowanej w nim koniunkcji alternatywą rozłączną. Prawidłowa wykładnia § 23 pkt 5 zd. trzecie Zbioru zasad pozwala na ustalenie jego treści na następującą: „(...) za wyjątkiem jednorazowej informacji w prasie o rozpoczęciu działalności albo zmianie adresu, nazwiska lub nazwy”. Należy także wskazać na ostatnią kategorię ograniczeń, o którym mowa w § 23 ust. 3 Zbioru zasad. Zgodnie z tym zapisem informacje o adwokacie umieszczone na „tablicy informacyjnej o miejscu wykonywania zawodu” nie powinny naruszać „zasad określonych przez właściwą radę adwokacką” i to zarówno w treści jak i formie. W razie braku takowych, tablice, o których tu mowa nie powinny „odbiegać w sposób rażący od form zwyczajowo przyjętych wśród adwokatów”. Z tak dość skomplikowanego stanu prawnego wy-

łania się następująca norma prawna: **informacja o adwokacie jest dozwolona, o ile spełnia szczególne wymogi co do treści i formy (ze specyfiką dotyczącą tablic informacyjnych), a zarazem nie jest zamieszczona w „środkach masowego przekazu” (za wyjątkiem jednorazowych informacji w prasie w szczególnych, enumeratywnie wymienionych przypadkach)**. Taką wykładnię interesującego nas tu przepisu potwierdza także powszechnie przyjęta praktyka uznająca za dopuszczalne umieszczenie informacji o adresie i numerze telefonu kancelarii adwokackich w książkach telefonicznych.

Pojęcie „środków masowego przekazu”

Wydaje się zatem, że istota rozpatrywanego zagadnienia sprowadza się do problemu ustalenia zakresu pojęcia „środków masowego przekazu” – terminu funkcjonującego na gruncie Zbioru zasad etyki adwokackiej i godności zawodu. Ani jednak Zbiór zasad ani Prawo o adwokaturze nie podają definicji tego pojęcia. Pojęciem „środków masowego przekazu” posługuje się natomiast wiele innych aktów prawnych¹⁴.

Nie podają one jednak legalnej definicji interesującego nas tu pojęcia. Godzi się zauważyć, że zawarte w art. 12 ust. 1 Prawa działalności gospodarczej pojęcie „środków masowego przekazu” jest wyraźnie odróżnione od terminu „sieci informatycznych”. Jakkolwiek przepis art. 12 ust. 1 Prawa działalności gospodarczej dotyczy obowiązku zawarcia w ofercie złożonej za pośrednictwem środków masowego przekazu, sieci informatycznych lub druków bezadresowych odpowiednich danych dotyczących oferenta, to jednak wynika z niego, że ustawodawca zdecydowanie odróżnił „sieci informatyczne” od „środków masowego przekazu”. Co prawda rozróżnienie to dotyczy przedsiębiorców oferujących towary lub usługi, a w myśl art. 87 Prawa działalności gospodarczej „świadczący pomoc prawną nie jest przedsiębiorcą w rozumieniu przepisów niniejszej ustawy”, to jednak świadczy ono o tym, że dla autorów tej ustawy „środki masowego przekazu” nie były pojęciem zawierającym w sobie „sieci informatyczne”. Tym bardziej nie są to więc terminy tożsame.

Warto przy tym zaznaczyć, iż stojąc na gruncie dyrektywy wynikającej z racjonalności ustawodawcy za świadomy należy uznać zabieg polegający na opero-

¹⁴ Pojęcie „środki masowego przekazu” występuje m.in. w następujących aktach prawnych: prawo prasowe, ustawa o radiofonii i telewizji, prawo działalności gospodarczej, Europejska konwencja o telewizji ponadgranicznej, ustawa o publicznym obrocie papierami wartościowymi, ustawa o stanie wyjątkowym, ustawa o stanie wojennym, ustawa o środkach farmaceutycznych, materiałach medycznych, aptekach, hurtowniach i nadzorze farmaceutycznym, ustawa o ochronie zdrowia psychicznego, zarządzenie MRIEZ w sprawie zasad i form prowadzenia reklamy i przekazywania informacji o środkach farmaceutycznych i materiałach medycznych stosowanych wyłącznie u zwierząt, zarządzenie MZIOS w sprawie zasad i form prowadzenia reklamy i przekazywania informacji o środkach farmaceutycznych i materiałach medycznych.

waniu w analizowanym przepisie § 23 Zbioru zasad aż trzema różnymi pojęciami: „środków łączności”, „środków masowego przekazu” oraz „prasy”. W szczególności wynikłoby z tego, że pojęcia „środki masowego przekazu” oraz „prasa” nie są tożsame, a przynajmniej różne są ich zakresy. Pomijając jednak ten fakt, a chcąc ustalić znaczenie i zakres analizowanego pojęcia „środki masowego przekazu”, zgodnie z przyjętymi zasadami teorii prawa wobec braku legalnej definicji możemy posłużyć się analogią prawniczą. I tak wśród terminów pokrewnych do analizowanego pojęcia najbardziej zbliżonym wydaje się być termin „prasy” (art. 7. ust. 2. pkt 1 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe¹⁵). W rozumieniu ustawy Prawo prasowe „prasa” oznacza publikacje periodyczne, które nie tworzą zamkniętej, jednorodnej całości, ukazujące się nie rzadziej niż raz do roku, opatrzone stałym tytułem albo nazwą, numerem bieżącym i datą, a w szczególności: dzienniki i czasopisma, serwisy agencyjne, stałe przekazy telexowe, biuletyny, programy radiowe i telewizyjne oraz kroniki filmowe; prasą są także wszelkie istniejące i powstające w wyniku postępu technicznego środki masowego przekazywania, w tym także rozgłośnie oraz tele – i radiowęzły zakładowe, upowszechniające publikacje periodyczne za pomocą druku, wizji, fonii lub innej techniki rozpowszechniania; prasa obejmuje również zespoły ludzi i poszczególne osoby zajmujące się działalnością dziennikarską.

Analizując przytoczoną definicję możemy wskazać na takie konstytutywne cechy prasy jak: periodyczność (nie rzadziej niż raz na rok) oraz brak zamkniętej formy. Przymioty te w sposób zasadniczy i definitywny (choć nie wyłączny) przesądzają o zaliczeniu poszczególnej publikacji do „prasy”. Podstawiając zatem publikację rozpowszechnianą przez Internet pod tak ustalone pojęcie „prasy” możemy stwierdzić, że potencjalnie może być ona „prasą”, o ile m.in. będzie periodyczna tzn. w sposób zamierzony, nie rzadziej niż raz do roku będzie ulegała zmianie oraz nie będzie tworzyła zamkniętej formy. A zatem *a contrario*, jeśli dana „publikacja” nie będzie periodyczna to w rozumieniu Prawa prasowego nie będzie „prasą”. Nie będzie więc prasą rozpowszechniona na stronie www. jednorazowo umieszczona informacja o adwokacie i możliwości kontaktu z nim. Do podobnych wniosków dochodzi E. Nowińska kiedy stwierdza: „Internet może służyć do rozpowszechniania przekazów prasowych. Niekiedy możemy mieć do czynienia z samodzielną „edycją” prasową – bez odpowiednika klasycznego” oraz: „(...) nieco przydługą i niezbyt szczęśliwie sformułowaną definicja „prasy” pozwala jednak na stwierdzenie, że terminem tym objąć można także i odpowiednie teksty rozpowszechniane za pomocą sieci Internetowej”. W tym zakresie umieszczone w Internecie informacje podlegać będą ocenie przez właściwe przepisy Prawa prasowego lub ustawy o radiofonii i telewizji¹⁶.

¹⁵ Dz.U. Nr 5, poz. 24 ze zm.

¹⁶ E. Nowińska, *Nieuczciwa reklama...*, s. 60 i n.; por. także J. Barta, R. Markiewicz, *Internet a prawo*, Kraków 1998, s. 34 i n.

Wracając do sedna problemu, w tym miejscu należy przypomnieć, że pojęcie „prasy” oraz jej konstytutywne cechy, stanowić mogą co najwyżej dyrektywę interpretacyjną dla wykładni znaczenia „środków masowego przekazu”. Z tego też powodu, na użytek tych rozważań, może być stosowana wyłącznie subsydiarnie. Gdzie zatem w kontekście przepisu § 23 pkt 5 zd. trzecie Zbioru zasad usytuować pojęcie Internetu? Zdaniem E. Nowińskiej „wobec braku wyraźnych rozstrzygnięć prawnych, a także wobec wątpliwości czy Internet jest środkiem masowego przekazu” informacje w Internecie „w zakresie w jakim nie stanowią dodatkowego technicznego sposobu rozpowszechniania istniejącej już (...) prasy”, nie są „prasą”¹⁷. Inne zdanie na ten temat wydaje się mieć R. Skubisz¹⁸. Należy jednak zaznaczyć, że zostało ono wypowiedziane w kontekście czynów nieuczciwej konkurencji, stąd trudno stwierdzić jakie jest rzeczywiste stanowisko tego autora w kwestii dopuszczalności wykorzystania Internetu przez adwokatów.

Informacje zamieszczone przez adwokatów w Internecie (na stronach www.) przypuszczalnie nie będą posiadały cechy periodiczności. Ograniczenie ich zawartości do danych dotyczących adwokata będzie tworzyło zamkniętą, nie podlegającą zmianom formę, a przez to wyeliminuje taki przekaz spod pojęcia „prasy”. Wraca-

jąc nadto do komentowanego przepisu § 23 pkt 5 zd. trzecie Zbioru zasad możemy zauważyć, że różnicuje on pojęcie „prasy” od „środków masowego przekazu”. Stanowi mianowicie, że informacja o adwokacie w środkach masowego przekazu jest zabroniona za wyjątkiem przekazów dotyczących szczególnych sytuacji, w których można je umieszczać w prasie. Z powyższego wynika, że funkcjonujący na gruncie Zbioru zasad termin „prasy” zawiera się w pojęciu „środków masowego przekazu”. **Jeśli zatem Internet, a ściślej usługa stron www., w określonych warunkach tzn. przy zamkniętej formie i braku periodiczności tak upowszechnionych informacji, nie jest „prasą”, to tym bardziej nie jest też „środkiem masowego przekazu”.**

Do powyższego wniosku prowadzi zarówno wykładnia celowościowa § 23 Zbioru zasad jak również zastosowana analogia pojęć: „środków masowego przekazu” ze Zbioru zasad i „prasy” z Prawa prasowego. W tym miejscu możemy stwierdzić, że o ile dana informacja nie będzie poczytana za reklamę, co w odniesieniu do adwokatów – jak to zostało wyżej wskazane – jest całkowicie zabronione, to umieszczenie jej na stronach www. jest *de lege lata* dozwolone. Z uwagi jedynie na wskazane wyżej wątpliwości można by ewentualnie postulować potrzebę wyraźnego uregulowania tej kwestii.

¹⁷ E. Nowińska, *Nieuczciwa reklama ...*, s. 61.

¹⁸ R. Skubisz, *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2000, s. 425.

Należy w tym miejscu jedynie wskazać na potrzebę uwzględnienia przepisu § 23 pkt 3 Zbioru zasad – szczególnego uregulowania tablic informacyjnych o miejscu wykonywania zawodu adwokata. W świetle bowiem powyższych ustaleń i wniosków informacja o adwokacie zamieszczona na stronie www. będzie *sui generis* tablicą informacyjną. Pozostaje więc pytanie, czy wobec braku właściwych zasad określonych przez okręgową radę adwokacką, a także braku utrwalonego zwyczaju umieszczania takich informacji w Internecie, zamieszczenie przez adwokata na stronie www. informacji o swojej praktyce będzie legalne? Analizowany przepis stanowi, że w tego typu sytuacji, odpowiednia tablica „nie może odbiegać w sposób rażący od form zwyczajowo przyjętych”. Odpowiedź na powyższe pytanie wymaga zatem każdorazowej oceny *in casu*. Osobiście uważam, że o ile taka „tablica informacyjna” zawierać będzie jedynie przedstawione w prostej formie dane o możliwości kontaktu z adwokatem, to umieszczenie jej w sieci Internetowej nie będzie naruszeniem przepisu § 23 pkt 3 Zbioru zasad.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza w pierwszym rzędzie upoważnia do sformułowania tezy, zgodnie z którą **jednolita i zamknięta w swojej formie strona www. nie będąc prasą** (w rozumieniu Prawa prasowego), **nie może być także poczytana za środek masowego przekazu** (w rozumieniu Zbioru zasad etyki adwokackiej i godności zawodu). W

dalszej kolejności uprawnionym jest także stwierdzenie, że **w zawodowym wykorzystaniu Internetu przez adwokatów brak jest ograniczeń wynikających ze specyfiki tego medium**. Ostatecznie więc dopuszczalną staje się konstatacja, iż **występujące ograniczenia wykorzystania Internetu przez adwokatów wynikają jedynie z zakazu reklamy adwokackiej oraz obowiązku zachowania szczególnej formy i treści danych umieszczonych na stronie www.**

W praktyce można więc powiedzieć, że **posiadanie przez adwokata strony www. jest dozwolone**. Odnosząca się do zawodu zawartość tej strony nie może jednak wywoływać skutku reklamowego. **Dopuszczalne jest natomiast umieszczenie na takiej stronie: zawodu, imienia i nazwiska, tytułu naukowego, preferencji zawodowych, możliwości obsługi prawnej w obcych językach, adresu i numerów środków łączności** (także adresu poczty elektronicznej). **Forma takiej strony nie może wyróżniać się spośród pozostałych informacji oraz uchybiać powadze zawodu**. W przypadku określenia przez radę adwokacką reguł co do treści i formy tablic informacyjnych regułem tym winny być podporządkowane także strony www. **W razie jednak braku takich zasad, strony www. nie mogą w sposób rażący odbiegać od form zwyczajowo wśród adwokatów przyjętych.**

Suplement

W tym miejscu godzi się odnotować fakt, że stanowisko podobne do wyra-

żonego w niniejszym opracowaniu zajmuje Naczelna Rada Adwokacka. Po raz pierwszy zostało ono przyjęte na posiedzeniu w dniach 18 i 19 marca 2000 r., a następnie potwierdzone także na posiedzeniu w dniach 2–3 czerwca 2001 r. Ze szczególną satysfakcją należy

odnotować dostrzeżenie potrzeby zamieszczania przez okręgowe rady adwokackie list adwokatów na stronach internetowych. Potrzeba jednak zajęcia jasnego stanowiska wobec pozostałych możliwych pól wykorzystania Internetu przez adwokatów.