

Etyka adwokacka - pytania i odpowiedzi

Komisji etyki, praktyki adwokackiej i wykonywania zawodu rozpoczyna cykl publikacji na stronie adwokatura.pl najczęściej zadawanych pytań wraz z odpowiedziami. Pytania dotyczą aktualnie obowiązującego Kodeksu. Poniżej pierwszy z cyklu pakiet.

Opinie klientów na stronie www adwokata

Zapytanie trafiło do Komisji Etyki w poniedziałek 26.04.2021r. i zgodnie z obietnicą Komisja niezwłocznie przystąpiła do analizy zagadnienia.

W ocenie Komisji Etyki umieszczanie opinii klientów na stronie WWW adwokata może naruszać § 23a obecnie obowiązującego Zbioru Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu. Opinia bez względu na to czy wyrażona jest przez klienta i przez niego umieszczona na udostępnionej stronie www adwokata, czy też opinia wyselekcjonowana przez adwokata - nie jest informacją. Informacja jest (powinna być) obiektywną relacją o faktach/danych, opinia zaś - ze swej istoty jest subiektywną oceną. To rozróżnienie nie pozwala pomieścić w kodeksowym terminie „informacja” - opinii.

Nawet gdyby przyjąć, że opinia jest także informacją o fakcie wyrażenia zdania o jakości usługi przez osobę trzecią - to jej zaistnienie może nastąpić na własnych profilach klientów. Komisja dostrzega potencjalne zagrożenia związane z umieszczaniem opinii na stronach www adwokatów. Możliwe do rozważenia są funkcje automatyczne, dostępne dla każdego klienta. Tym samym generatorem treści strony www adwokata stawałaby się osoba trzecia, czego aktualny ZZEiGZ nie dopuszcza. Nawet gdyby przyjąć, że adwokat obowiązany jest do „monitorowania” opinii w ramach funkcji administracyjnych, celem usuwania potencjalnych wpisów, których forma lub treść mogą naruszać dobre imię adwokata lub osób trzecich, to jest to działanie następcze. Szkodliwych i opartych na nieuczciwej konkurencji działań - nie można wykluczyć w rzeczywistości cyfrowej. Owa możliwość stanowi niepożądane zagrożenie dla wizerunku członka samorządu. Z drugiej strony - umieszczanie przez adwokata wyselekcjonowanych opinii może wypaczać obraz rzeczywisty, czy to co do rzeczywistej skali świadczonych usług. Nie wszyscy bowiem klienci wyrażają gotowość umieszczenia opinii, która mogłaby podlegać weryfikacji, co wiąże się przecież z koniecznością udostępnienia danych osobowych w ramach przepisów RODO. Może to powodować kształtowanie wizerunku w sposób nieadekwatny do rzeczywistości.

Komisja ma świadomość dynamicznej rzeczywistości cyfrowej, która nas otacza. Atrakcyjność i wielofunkcyjność narzędzi internetowych oraz ich powszechne zastosowanie stanowią wyzwanie indywidualne dla każdego adwokata, który wykonuje zawód. Bardzo konkurencyjne otoczenie rynkowe zmusza do podejmowania wyzwań. Stanowisko wyrażone przez Komisję Etyki odzwierciedla aktualny reżim prawny, w ramach którego się poruszamy. Organy adwokatury podjęły pracę, aby dostosować aktualne przepisy do zmienionego otoczenia gospodarczego. Prawdopodobnie zakończą się one we wrześniu bieżącego roku.

W efekcie, na chwilę obecną, Komisja Etyki wyraża stanowisko, że umieszczenie na stronie www adwokata opinii klientów - nie mieści się w dyspozycji normy § 23a obecnie obowiązującego Zbioru Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu.

Rozsyłanie newslettera

Zapytanie trafiło do Komisji Etyki, praktyki adwokackiej i wykonywania zawodu w dniu 28 kwietnia 2021r.

Redagowanie newslettera *per se*, jak również zaproszenie dla klientów by skorzystali oni z informacji po indywidualnie wystosowanym przez klientów do kancelarii zamiarze/deklaracji otrzymywania redagowanej publikacji, samo w sobie nie narusza ZZEAiGZ. Istotne jest jednak zadbanie, by treść poszczególnych numerów nie zawierała takich elementów, które naruszają etykę zawodową.

Obecnie obowiązujący § 23a ust. 2 lit e) Zbioru Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu wskazuje, iż dopuszczalne jest przysyłanie informacji na życzenie potencjalnego klienta. Warunkiem powyższego jest, aby przesyłana była „informacja”. Krąg odbiorców obejmuje właściwie dowolne osoby, mogące być (lub będące) klientami adwokata – osoby, które wyrażą takie wyraźne życzenie. Niewątpliwie kliknięcie linku w odpowiedzi na taką stopkę maila będzie stanowiło wyrażenie „wyraźnego życzenia”. Należy oczywiście pamiętać o stworzeniu możliwości wypisania się z subskrypcji newslettera w dowolnym momencie.

Szczególną uwagę należy zwrócić na oddzielanie informacji o prawie, które w rozumieniu Komisji zawarte jest w kluczowym słowie „chcesz być na bieżąco?” (*w stanie opisanym w dołączonym do pytania mailu, pytająca wskazuje, iż treścią newslettera mają być powszechnie dostępne wiadomości o „nowościach, zmianach prawnych, nowinach ze świata prawniczego”*), od informacji, które mogą dotyczyć konkretnych ofert czy cen, bądź też bieżącej działalności kancelarii lub adwokatów. Aktualnie obowiązujący ZZEAiGZ zawiera szczegółowe zakresy dopuszczalnej informacji o usługach adwokata. Tym samym podkreślić należy konieczność oddzielenia neutralnych, bieżących informacji prawnych umieszczanych w newsletterze, od informacji o innym charakterze, które mogą każdorazowo podlegać ocenie z punktu widzenia przestrzegania ZZEAiGZ lub regulaminu wykonywania zawodu.

Dodatkowo, zasadne wydaje się transparentne prowadzenie archiwizacji zapytań, aby w ramach ewentualnej kontroli zespołu wizytatorów umożliwić wykazanie faktu otrzymywania zapytania. Zwrócić w tym zakresie należy uwagę na zindywidualizowane zapytania, na które odpowiedź nie powinna znajdować się w ogólnie dystrybuowanym publikatorze, a przez to stanowić np. formę reklamy czy promocji cenowej.

Zapytanie nie zawiera szczegółowo sprecyzowanej informacji - kto będzie odpowiadał za redakcję każdego z kolejnych numerów. Komisja zwraca uwagę na konieczność dopełnienia form wynikających z prawa prasowego oraz zasad rozporządzenia RODO. Pewne wątpliwości budzi istnienie w kancelarii „Działu Marketingu” (jak to wynika z treści wiadomości e-mail), co sugeruje stałe, intensywne działania reklamowe, które w aktualnie obowiązującym ZZEAiGZ nie są dozwolone.

Komisja ma świadomość dynamicznej rzeczywistości cyfrowej, która otacza adwokatów. Atrakcyjność i wielofunkcyjność narzędzi internetowych oraz ich powszechne zastosowanie stanowią narzędzia, dzięki którym jako grupa zawodowa - funkcjonujemy w zoptymalizowany sposób. Stanowisko wyrażone przez Komisję Etyki odzwierciedla aktualny reżim prawny, w ramach którego się poruszamy. Organy adwokatury podjęły pracę, aby dostosować aktualne przepisy do zmienionego otoczenia gospodarczego. Prawdopodobnie zakończą się one we wrześniu bieżącego roku.

Redagowanie newslettera *per se*, jak również zaproszenie dla klientów by skorzystali oni z informacji po indywidualnie wystosowanym przez klientów do kancelarii zamiarze/deklaracji otrzymywania redagowanej publikacji, samo w sobie nie narusza ZZEAiGZ. Istotne jest jednak zadbanie, by treść poszczególnych numerów nie zawierała takich elementów, które naruszają etykę zawodową.