

## Streszczenie

Tematem rozprawy doktorskiej są ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego. Pojęcie zawodu zaufania publicznego występuje tylko w prawie polskim i nie ma legalnej definicji, zostało wprowadzone przez art. 17 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, zgodnie z brzmieniem tego artykułu realizacja takiego zawodu związana jest z istnieniem samorządu zawodowego. Zawód zaufania publicznego jest zawodem szczególnym, jest związany z uzyskiwaniem informacji o życiu prywatnym drugiego człowieka. Jego wykonywanie wymaga posiadania określonego wykształcenia i specjalizacji, przynależności do samorządu zawodowego, przestrzegania zasad etycznych charakterystycznych dla danego zawodu. W rozprawie doktorskiej omówiłam prawo reklamy w zawodach zaufania publicznego zrzeszonych w samorządach zawodowych powołanych w drodze ustaw.

Amerykańskie Stowarzyszenie Marketingu sformułowało w 1948 roku definicję reklamy, która jest jedną z najpopularniejszych: „to każda płatna forma nieosobowego przedstawiania i popierania towarów, usług lub idei przez określonego nadawcę”<sup>1</sup>. Przekaz reklamowy wpływa na odbiór świata i tworzenie wyobrażenia o nim. Ma istotny wpływ na podejmowane przez odbiorcę decyzje. Przedsiębiorcy dokładają więc wszelkich starań, by reklama była atrakcyjna, ciekawa, angażująca adresata, zwracająca jego uwagę. W prawie Unii Europejskiej zakazy reklamy zawodów zaufania publicznego nie istnieją. Zgodnie z postanowieniami Dyrektywy 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 roku dotyczącej usług na rynku wewnętrznym całkowity zakaz reklamy zawodów regulowanych jest sprzeczny z prawem unijnym. Postanowienia Dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 roku w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego, dążą do zagwarantowania swobodnego przepływu usług społeczeństwa informacyjnego w państwach Unii Europejskiej. Członkowie zawodów regulowanych powinni móc korzystać z usług społeczeństwa informacyjnego, aby promować swoje usługi, pod warunkiem ich

---

<sup>1</sup> Kotler Ph., Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Warszawa 2005

zgodności z zasadami wykonywania zawodu. Można ograniczyć to uprawnienie, ale tylko z uzasadnionych przyczyn m.in. ze względu na: porządek publiczny, ochronę zdrowia publicznego, bezpieczeństwa publicznego, ochronę konsumentów. Ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego mają służyć właściwemu ich wykonywaniu a także ograniczać konkurencję wśród ich przedstawicieli. Powyższa teza postawiona na wstępie rozprawy doktorskiej znalazła potwierdzenie w poczynionych w rozprawie rozważaniach.

W pracy zastosowałam metodę prawno – porównawczą, a także metodę wykładni językowej, która ma istotne znaczenie w kwestii wykładni przepisów. W rozprawie równie istotna jest metoda instytucjonalno - prawna, która wiąże się z analizą norm prawnych w zakresie omawianego zagadnienia. W rozdziale pierwszym przedstawiłam pojęcia m.in. reklamy, informacji handlowej, przekazu handlowego, reklamy nieuczciwej i niezgodnej z prawem, opisałam bezwzględne i względne zakazy reklamy produktów/usług w prawie polskim. W rozdziale drugim porównałam pojęcia zawodu, zawodu zaufania publicznego, wolnego zawodu, zawodu regulowanego. W rozdziale trzecim opisałam prawo reklamy w samorządach reprezentujących zawody prawnicze, w zawodach: adwokata, radcy prawnego, notariusza, komornika sądowego; przedstawiłam prawo reklamy w samorządach reprezentujących zawody powstałe w wyniku rozwoju gospodarki rynkowej, w zawodach: biegłego rewidenta, doradcy podatkowego, rzecznika patentowego i w samorządach reprezentujących zawody związane z pełnieniem funkcji w budownictwie i w projektowaniu przestrzeni, w zawodach: architekta i inżyniera budownictwa; opisałam prawo reklamy w samorządach reprezentujących zawody medyczne, w zawodach: lekarza, lekarza denty, pielęgniarki, położnej, diagnosty laboratoryjnego, ratownika medycznego, fizjoterapeuty, farmaceuty, lekarza weterynarii.