

Wrocław, dnia 17 sierpnia 2022 r.

dr hab. Bogusław Sołtys, prof. UWr  
Zakład Prawa Gospodarczego i Handlowego  
WPAiE Uniwersytetu Wrocławskiego

### **Recenzja**

**sporządzona w postępowaniu o nadanie stopnia doktora habilitowanego  
wszczętym na wniosek dr Piotra Filipa Piesiewicza**

#### **I. Podstawowe dane o Habilitancie**

Dr Piotr Filip Piesiewicz urodził się dnia 4 października 1975 r. w Warszawie. Obecnie liczy sobie 47 lat. Jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. W roku 2000 uzyskał tytuł magistra w zakresie nauk prawnych na podstawie obronionej pracy magisterskiej pt. „Wolność jako naczelną zasadą Konstytucji RP z 1997 r. Podstawy aksjologiczne, konstrukcja normatywna, środki ochrony”, przygotowanej pod kierunkiem prof. dr. hab. Mirosława Wyrzykowskiego. Natomiast w roku 2007 uzyskał stopień doktora nauk prawnych w Wyższej Szkole Handlu i Prawa im. Ryszarda Łazarskiego w Warszawie (obecnie: Uczelnia Łazarskiego) na podstawie pracy pt. „Ochrona praw twórcy utworu muzycznego”, która została przygotowana pod kierunkiem prof. dr hab. Jacka Sobczaka.

Dr Piotr Piesiewicz jest pracownikiem naukowo-badawczym. Od 2005 r. był zatrudniony na Wydziale Prawa Uczelni Łazarskiego, a od 2008 r. do chwili obecnej na Wydziale Prawa Uniwersytetu Humanistycznospołecznego jest adiunktem w Instytucji Prawa. Prowadzi również na Uniwersytecie Warszawskim wykład „Przestępstwa przeciwko własności intelektualnej - prawom autorskim i własności przemysłowej” w ramach Podyplomowych Studiów Zapobiegania Przestępczości Gospodarczej. Ma za sobą wieloletnią praktykę asystenta sędziego Sądu Najwyższego w Izbie Karnej, a także staż badawczy w Europejskim Trybunale Praw Człowieka w Strasburgu poświęcony problematyce wolności słowa.

Należy ponadto odnotować, że Habilitant odbył aplikację sędziowską, a po jej ukończeniu zdany egzaminem i uzyskaniu stopnia doktora nauk prawnych w 2007 r. nabył uprawnienia adwokackie, choć według danych z Krajowego Rejestru Adwokatów i Aplikantów Adwokackich ma status osoby niewykonywającej zawodu adwokata. Angażuje się jednak w różne przedsięwzięcia związane z wykonywaniem zawodu adwokata oraz w działalność samorządu adwokackiego. Jest członkiem Zespołu powołanego przez Naczelną Radę Adwokacką do spraw opracowania Projektu Zmian w Zbiorze Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu. Uczestniczy też jako redaktor naukowy w pracach Zespołu powołanego do przygotowania komentarza do ustawy – Prawo o adwokaturze<sup>1</sup>.

Habilitant nie ubiegał się wcześniej o nadanie mu stopnia doktora habilitowanego.

## **II. Informacje o obowiązujących przepisach w dacie wszczęcia postępowania oraz o obowiązujących kryteriach oceny**

Do postępowania z wniosku dr Piotra Piesiewicza o nadanie mu stopnia doktora habilitowanego mają zastosowanie przepisy ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce<sup>2</sup>. Zgodnie z art. 219 ust. 1 UPSWN stopień doktora habilitowanego nadaje się osobie, która posiada stopień doktora, ma w swoim dorobku osiągnięcia naukowe lub artystyczne stanowiące znaczny wkład w rozwój określonej dyscypliny naukowej oraz wykazuje się istotną aktywnością naukową lub artystyczną w więcej niż jednej krajowej lub zagranicznej uczelni, instytucji naukowej albo instytucji kultury.

## **III. Ocena osiągnięcia naukowego wskazanego przez Habilitanta**

We wniosku o wszczęcie postępowania habilitacyjnego dr P. Piesiewicz jako podstawę ubiegania się o nadanie mu stopnia naukowego wskazał monografię swojego autorstwa pt. „Prawne i etyczne aspekty reklamy adwokackiej” opublikowaną w 2021 r. w Warszawie [ISBN: 978-83-8246-453-5]. Wnioskodawca określił wydawcę tej monografii błędnie jako

<sup>1</sup> Ustawa z dnia 26 maja 1982 r. Prawo o adwokaturze (tekst jedn. Dz.U. z 2022, poz. 1184), dalej: UPA.

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz.U. z 2022 r. poz. 574), dalej: ustawa o szkolnictwie wyższym i nauce lub UPSWN.

Wolters Kluwer S.A., zamiast Wolters Kluwer Polska, jednak pozostałe dane metrykalne pozwalają na jednoznaczną identyfikację zarówno książki, jak i jej wydawcy.

Od strony formalnej wymieniona wyżej monografia spełnia wymogi określone w art. 219 ust. 1 pkt 2a UPSWN. Wolters Kluwer Polska należy bowiem do wydawców ujętych w wykazie sporządzonym na podstawie art. 267 ust. 2 pkt 2a UPSWN.

## **1. Wybór i sformułowanie tematu pracy**

Wybór tematu rozprawy habilitacyjnej zatytułowanej „Prawne i etyczne aspekty reklamy adwokackiej”, mimo pewnych zastrzeżeń można ocenić pozytywnie. Regulacja reklamy adwokackiej oraz praktyka jej stosowania bezdyskusyjnie mają bowiem doniosłe znaczenie nie tylko dla prawidłowego funkcjonowania rynku usług prawniczych i ochrony konstytucyjnych praw i wolności wszystkich jego uczestników, ale również należytego działania wymiaru sprawiedliwości. Odgrywa też bardzo ważną rolę w samej adwokaturze, która ze względów ideologicznych przez dekady stała na stanowisku, że reklama uwłacza godności zawodu adwokata z uwagi na realizowaną przez niego misję publiczną. W związku z reglamentacją reklamy adwokackiej kluczowe z punktu widzenia wskazanych wartości porządku publicznego staje się więc pytanie o granice wolności gospodarczej, wolności wykonywania zawodu wolności słowa, a także granice unijnych swobód przedsiębiorczości i świadczenia usług, zarówno w sferze regulacyjnej, jak i realizacyjnej. Jest to zatem również pytanie o granice kompetencji normotwórczych samorządu zaufania publicznego. Praca habilitacyjna częściowo wychodzi naprzeciw tym zagadnieniom, jednak wbrew szerokiemu sformułowaniu jej tematu koncentruje się jedynie na niektórych aspektach istotnych zwłaszcza dla samej adwokatury w związku z jej zaniechaniami dotyczącymi wdrożenia tzw. dyrektywy usługowej<sup>3</sup>.

Nie przekonuje zawężenie tematu rozprawy habilitacyjnej wyłącznie do prawnych i etycznych aspektów reklamy tylko jednej prawniczej grupy zawodowej. Tym bardziej, że materia pracy obejmuje płaszczyznę regulacyjną znaczenie szerszą niż przedstawia to jej tytuł, a zgodnie z obowiązującymi przepisami adwokaci w celu świadczenia pomocy prawnej mogą tworzyć spółki osobowe z radcami prawnymi, doradcami podatkowymi, rzecznikami patentowymi oraz z prawnikami zagranicznymi, którzy podobnie jak wskazane spółki

---

<sup>3</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2006/123/WE z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca usług na rynku wewnętrznym (Dz.U.U.E.L.2006.376.36): dalej dyrektywa usługowa lub dyrektywa 2006/123/WE.

formalnie nie podlegają takim ograniczeniom w zakresie reklamy jak adwokaci. Zresztą opisowe sformułowanie tytułu rozprawy w ogóle nie nawiązuje do reglamentacyjnego zakazu korzystania z reklamy przewidzianego § 23 Kodeksu Etyki Adwokackiej<sup>4</sup>, mimo że dotyczy on wyłącznie adwokatów<sup>5</sup>, a ocenę legalności tego zakazu Habilitant uznał za główny problem badawczy swojej pracy. Natomiast ukazanie perspektywy wielozawodowej związanej z reklamą świadczenia jednakowych usług prawniczych wykonywanych w różnych formach organizacyjnych oraz sięgnięcie do dorobku doktryny dotyczącej tej materii umożliwiłoby Autorowi nie tylko wzbogacenie argumentacji, ale przede wszystkim pozwoliłoby zidentyfikować rzeczywiste problemy, trafniej kwalifikować charakteryzowane zjawiska, a także uniknąć zarzutu „wyważania otwartych drzwi”.

Powyższe uwagi mają również istotne znaczenie w kontekście jednoznacznego opowiedzenia się przez Habilitanta za dominującym w doktrynie i judykaturze poglądem o niesamodzielnym charakterze normatywnym reguł deontologii zawodowej. Skoro bowiem kompetencję samorządów zawodów zaufania publicznego do ustalenia zasad wykonywania zawodu należy postrzegać jedynie w kategoriach upoważnienia do dookreślenia przepisów prawa, a nie ich samoistnego tworzenia czy modyfikowania, to w konsekwencji powinno się dostrzegać fakt, że żaden przepis prawa nie zabrania adwokatom stosowania reklamy jako takiej. Nie ma zatem i co ważne nie było w polskim porządku prawnym przepisów<sup>6</sup>, przynajmniej od „wprowadzenia w życie” pod koniec 1993 r. aktualnie obowiązującej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji<sup>7</sup>, które uprawniałyby samorząd adwokacki do samoistnego wykreowania zakazu korzystania przez adwokatów z reklamy. Nawet zaś, jeśliby hipotetycznie upatrywać istnienia takiej delegacji w treści przepisów art. 3 ust. 1 pkt 5 i art. 58 pkt 12 lit. h UPA<sup>8</sup> związanych z realizacją ustrojowej powinności nadzoru nad należywym

<sup>4</sup> Zbiór Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu (Kodeks Etyki Adwokackiej), dalej: KEA.

<sup>5</sup> Należy jednak przy tym zauważyć, że adwokaci, choć są adresatami zakazu korzystania z reklamy, to jednak formalnie mogą pobierać zysk z uczestnictwa w spółkach wielodyscyplinarnych świadczących pomoc prawną i stosujących reklamę przy prowadzeniu działalności. Regulamin wykonywania zawodu adwokata w kancelarii indywidualnej lub w spółkach (dalej: Regulamin) nie zakazuje bowiem takiej możliwości, jeśli nie jest ona związana z osobistym wykonywaniem czynności przez adwokata (zob. § 1 ust. 3 Regulaminu). Ewentualny zakaz uczestnictwa w takich spółkach lub pobierania zysku z ich działalności byłby zresztą sprzeczny z prawem.

<sup>6</sup> W tym miejscu wypada przypomnieć, że poprzednio obowiązująca ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z dnia 2 sierpnia 1926 r. (tekst jedn. Dz.U. z 1930, Nr 56, poz. 467), w odróżnieniu od UZNK, wyłączała z zakresu swojego obowiązywania czyny ścigane na drodze dyscyplinarnej, co miało niebagatelny wpływ na większy zakres swobody kształtowania reguł deontologicznych przez samorząd adwokacki.

<sup>7</sup> Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2022, poz. 1233, dalej: UZNK).

<sup>8</sup> Zgodnie z treścią tych przepisów zadaniem samorządu adwokatury jest ustalanie i krzewienie zasad etyki zawodowej oraz dbałość o ich przestrzeganie, natomiast do zakresu działania Naczelnej Rady Adwokackiej należy

wykonywaniem zawodu (zob. art. 17 ust. 1 Konstytucji RP<sup>9</sup>), czy unormowaniach ustawowych dotyczących godności zawodu<sup>10</sup>, to wyraźnie na przeszkodzie takiemu stanowisku stoją konstytucyjne gwarancje ochrony praw i wolności. Ustalając zasady etyki zawodowej czy tworząc zasady wykonywania czynności zawodowych samorząd adwokacki działa w formie uchwał i nie jest władny reglamentować konstytucyjnie gwarantowanych praw i wolności, ponieważ zgodnie z art. 31 ust. 3 Konstytucji RP taka ingerencja, niezależnie od spełnienia innych przesłanek, wymaga zawsze zachowania formy ustawy. W przypadku „godności zawodu” dodatkowo trzeba zaznaczyć, że wartość ta może uzasadniać jedynie niektóre ograniczenia w sferze reklamy, a nie bezwzględny zakaz korzystania z niej przez adwokatów z powodu rzekomego uwłaczania wskazanej wartości. Korzystanie z praw i wolności gwarantowanych w Konstytucji RP obiektywnie bowiem nigdy nie może mieć takiego charakteru.

Co więcej, na mocy zobowiązań traktatowych oraz dyrektywy usługowej państwa członkowskie Unii Europejskiej od ponad dekady mają obowiązek znieść wszelkie całkowite zakazy dotyczące informacji handlowych dostarczanych przez zawody regulowane, a więc zgodnie z przyjętą definicją obejmujących również reklamę (zob. art. 24 ust. 1 w zw. z art. 4 pkt 12 dyrektywy 2006/123/WE)<sup>11</sup>. Brak możliwości wchodzenia w wyłączne prerogatywy ustawodawcy nie zwalnia samorządu zawodowego z obowiązku wdrożenia 2006/123/WE w zakresie swoich kompetencji normotwórczych, ponieważ obowiązek ten spoczywa na wszystkich organach i agendach państw członkowskich. Samorząd zawodowy władny jest więc dostosować lub przyjmować nowe unormowania zgodne z dyrektywą usługową, jak również może stosować wykładnię pronijną w aktach stosowania obowiązujących regulacji. Przesądza

---

uchwalanie regulaminów dotyczących wykonywania zawodu adwokata w kancelarii indywidualnej lub w spółkach.

<sup>9</sup> Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. z 1997, Nr 78, poz. 483), dalej: Konstytucja RP lub KRP.

<sup>10</sup> Pojęcie „godność zawodu”, choć służy adwokaturze jako zbiorowości realizującej pewne zadania publiczne do dyscyplinowania swoich członków w żadnym razie nie może być utożsamiane z interesem publicznym, w szczególności związanym z porządkiem publicznym czy wymiarem sprawiedliwości. W pewnych sytuacjach „godność zawodu”, mimo, że zasadniczo nie powinna sprzeciwiać się reklamie jako takiej może kolidować z interesem publicznym, czego ilustracją może być reklama usług pomocy prawnej świadczonej z urzędu, która wpływa stymulująco na zwiększenie wydatków publicznych przeznaczonych na finansowanie tego rodzaju usług. Podobne zjawisko występuje również w świadczeniu niektórych czynności medycznych i farmaceutycznych.

<sup>11</sup> W rozumieniu wymienionych przepisów informacja handlowa oznacza bowiem każdą informację niezależnie od formy jej wyrażenia, która bezpośrednio lub pośrednio ma na celu promowanie usług, wizerunku przedsiębiorstwa, organizacji albo osoby prowadzącej działalność gospodarczą lub wykonującej zawód regulowany. Na gruncie normatywnej definicji informacji handlowych obiektywnie nie da się przeciwstawić informacji handlowych i reklamy bez względu na sposób rozumienia reklamy, gdyż są to pojęcia zakresowo co najmniej częściowo zbieżne.

o tym wprost treść art. 4 pkt 7 i 9 dyrektywy usługowej, która za wymóg ograniczający swobodę świadczenia usług uznaje bowiem wszelkie zobowiązania, zakazy, warunki lub ograniczenia przewidziane nie tylko w przepisach ustawowych, wykonawczych lub administracyjnych państw członkowskich, ale także wynikające z orzecznictwa, praktyki administracyjnej lub zasad stosowanych przez zrzeszenia, stowarzyszenia lub inne organizacje zawodowe, natomiast do organów właściwych zalicza wymienione organizacje zawodowe, które w ramach przyznanej im autonomii prawnej regulują podejmowanie lub prowadzenie działalności usługowej. W konsekwencji samorzady zawodowe, podobnie jak państwa członkowskie Unii Europejskiej zobowiązane są dokonywać przeglądu swoich unormowań pod kątem ich zgodności z dyrektywą usługową. W razie zaś stwierdzenia, że bez pomocy ustawodawcy nie są one w stanie uzyskać stanu zgodności swoich regulacji z prawem, powinny wówczas wystąpić do podmiotów mających inicjatywę ustawodawczą.

W świetle wskazanych i na ogół niebudzących zasadniczych wątpliwości ram prawnych za kwestię oczywistą należy uznać nielegalność obowiązującego § 23 KEA, przynajmniej w części w jakiej przewiduje on zakaz korzystania z reklamy przez adwokatów. Jego uchylenie jest więc sprawą praworządności, natomiast utrzymywanie przez wiele lat obiektywnie i racjonalnie nie da się wytłumaczyć, zwłaszcza że może ono nadal wiązać się z odpowiedzialnością adwokatury. Temu zagadnieniu jednak Habilitant nie poświęcił uwagi, mimo że badał on skutki niezgodności z prawem zakazu reklamy adwokackiej, także w kontekście podstawy odpowiedzialności dyscyplinarnej adwokatów. W związku z wyborami do nowych władz adwokatury wiosną 2021 r. i głównie pod presją postulatów środowiskowych dotyczących odnowienia konkurencyjności usług pomocy prawnej samorząd adwokacki wreszcie dojrzał do zmiany tego unormowania, przyjmując uchwałą nr 110/2021<sup>12</sup> projekt Zbioru Zasad Etyki Adwokackiej i Godności Zawodu jeszcze przed opublikowaniem pracy habilitacyjnej dr Piotra Piesiewicza. Zarzut „wyważania otwartych drzwi” zyskuje więc dodatkowego uzasadnienia. Nie podważa on naukowości rozprawy habilitacyjnej, jednak obniża jej wartość.

---

<sup>12</sup> Zob. tekst dostępny w Lexie, dostęp: <https://sip.lex.pl/akty-prawne/akty-korporacyjne/projekt-zbioru-zasad-etyki-adwokackiej-i-godnosci-zawodu-287541438>. Por. również zliberalizowany projekt regulaminu wykonywania zawodu adwokata z 24.08.2020 r., dostęp: [https://www.adwokatura.pl/admin/wgrane\\_pliki/file-projekt-rwza-przygotowany-przez-komisje-30493.pdf](https://www.adwokatura.pl/admin/wgrane_pliki/file-projekt-rwza-przygotowany-przez-komisje-30493.pdf), a także wersje projektów obu regulacji skierowane do konsultacji środowiskowych w czerwcu 2022 r., dostęp: <https://www.adwokatura.pl/z-zycia-nra/rozpoczely-sie-konsultacje-srodowiskowe-ws-zmian-do-zasad-etyki-i-regulaminu-wykonywania-zawodu/>.

## 2. Cele badawcze i metodologia pracy

Habilitant wskazał, że celem pracy było ustalenie czy zasady etyki adwokackiej dotyczące problematyki reklamy są zgodne z obowiązującym prawem i jakie są tego konsekwencje. Za główną hipotezę, której podporządkował kompozycję pracy, przyjął zaś twierdzenie, że określony w zasadach etyki adwokackiej formalny zakaz korzystania z reklamy i pozyskiwania klientów w sposób sprzeczny z godnością zawodu oraz współpracy z podmiotami pozyskującymi klientów nie uwzględnia regulacji wynikających z obecnie obowiązujących przepisów prawa stanowionego. Nie bierze także pod uwagę zmian zaistniałych w przestrzeni masowego komunikowania, w tym pojmowania samej reklamy, jak i informowania o zakresie świadczenia usług przez adwokatów.

Tak szeroko określony cel badawczy oraz hipoteza pracy, mimo że zawężone wyłącznie do problematyki reklamy adwokackiej nie zostały w pełni zrealizowane przez Habilitanta. W rzeczywistości jego praca koncentruje się na usystematyzowanym przedstawieniu spuścizny adwokatury, pogłębionemu uzasadnieniu potrzeby właściwego wdrożenia dyrektywy usługowej oraz kierunkowym ustaleniu skutków zaniechania w tym zakresie. Beneficjentem naukowego wkładu Habilitanta jest jednak głównie, jeśli nie wyłącznie tylko adwokatura i jej członkowie. W pracy zabrakło natomiast szerszego spojrzenia, które mogłoby być przydatne prawodawcy w reformowaniu ustawowych zasad wykonywania zawodu adwokata, choćby na płaszczyźnie kształtowania relacji adwokata z klientem czy jedynie w aspekcie reklamy. Kwestia ta ma istotne znaczenie z uwagi na ograniczone kompetencje normotwórcze adwokatury, która nie może w sposób samoistny kształtować praw i obowiązków, zwłaszcza w zakresie wykraczającym poza przyznane kompetencje w zakresie nadzoru nad należyтым wykonywaniem zawodu. Z przeprowadzonych przez Habilitanta badań wynika zaś, że za pomocą kreowania pojęcia „godność zawodu” adwokatura ingeruje nie tylko w sferę życia zawodowego członków samorządu, ale także prywatnego<sup>13</sup>. Nie kwestionując potrzeby takiej ingerencji należało jednak zauważyć, że może ona odbywać się tylko w granicach interesu publicznego, a nie zawsze tak się dzieje. Habilitant nie przeprowadził jednak ustaleń, zarówno w stosunku do etyki zawodowej, jak i unormowań wypełniających pojęcie „godności zawodu”, które z norm deontologicznych obowiązujących oraz proponowanych w ramach wniosków *de*

---

<sup>13</sup> Na marginesie godzi się odnotować, że sfera życia prywatnego członków adwokatury, mimo że może oddziaływać na ich czynności zawodowe, to jednak formalnie nie mieści się w zakresie pojęcia nadzoru nad należyтым wykonywaniem zawodu, które traktowane jest przez Habilitanta jako źródło i zarazem kryterium zakresowe uprawnień normotwórczych adwokatury.

*lege ferenda* mają odpowiednią i dostatecznie sprecyzowaną podstawę ustawową, umożliwiającą ich doprecyzowanie przez adwokaturę. Nie można pomijać bowiem faktu, że Prawo o adwokaturze pochodzi z 1982 r., mimo kolejnych jego nowelizacji w niektórych obszarach nie przystaje nie tylko do konstytucyjnych i unijnych standardów regulacyjnych, ale również do różnych wyzwań i zagrożeń współczesności.

W powyższym kontekście należy również zwrócić uwagę na okoliczność, że w ramach wyznaczonego przez Habilitanta celu pracy habilitacyjnej dotyczącego ustalenia czy zasady etyki adwokackiej związane z problematyką reklamy są zgodne z prawem i jakie są tego konsekwencje mieści się także zaniechane przez niego badanie tych regulacji z wzorcami kontroli konstytucyjnej, zwłaszcza odnoszącymi się do wolności wykonywania zawodu, wolności gospodarczej oraz wolności słowa. Podobnie jest, gdy chodzi o pominiętą w ramach rozpoznania konsekwencji stwierdzenia bezprawności uregulowań deontologii zawodowej problematykę środków prawnych służących eliminowaniu i zapobieganiu jej powstawania. Dotyczy to środków cywilnych, administracyjnych oraz karnoprawnych w związku wadliwością orzeczeń dyscyplinarnych, realizowanych zarówno na drodze procedury krajowej, jak i międzynarodowej. W recenzowanej pracy brakuje również analizy konsekwencji bezprawności uregulowań deontologii zawodowej z punktu widzenia prawa konkurencji oraz ochrony praw konsumentów. Zagadnienie te mają natomiast istotne znaczenie zarówno dla teorii prawa, jak i praktyki jego stosowania, zwłaszcza w kontekście odpowiedzialności karnoadministracyjnej i odszkodowawczej adwokatury.

Jeśli chodzi o dobór metod badawczych i ich zastosowanie przez Habilitanta, to nie budzą one większych zastrzeżeń. Metody badawcze są odpowiednie do rzeczywistego zakresu pracy i zostały wdrożone w prawidłowy sposób. Habilitant oparł swoje wywody przede wszystkim na metodzie formalno-dogmatycznej oraz historycznoprawnej. Wykorzystywał również inne metody, a mianowicie opisową, analityczną, empiryczną, systemową, funkcjonalną i aksjologiczną. Sięgał przy tym do derywacyjnej koncepcji wykładni oraz do hermeneutyki prawniczej. W ograniczonym, ale przeważnie uzasadnionym zakresie, zastosował także metodę prawnoporównawczą. *Prima facie* mogłoby się wydawać, że skoro główny wątek pracy skierowany jest na ustalenie legalności unormowań deontologii zawodowej dotyczącej reklamy z punktu widzenia dyrektywy usługowej, to konieczne jest przeanalizowanie jej wdrożeń dokonanych przez adwokatury poszczególnych państw członkowskich, jednak z uwagi na istotne odrębności ich funkcjonowania i specyfikę krajowych zasad wykonywania zawodu



adwokata taki zabieg byłby zbędny. Jeśli można mieć w tym względzie zastrzeżenia, to jedynie do pominięcia rozwiązań niemieckich i hiszpańskich. Autor w pracy poddaje analizie nie tylko przepisy, ale również wypowiedzi doktryny i orzecznictwa. Odwołuje się do rozwiązań historycznych badanych instytucji, ich przeznaczenia, tradycji stosowania, ogólniejszych wartości kulturowych, a także do własnego doświadczenia zawodowego jako adwokata. Stosowanie wielu różnych metod badawczych jest w pełni uzasadnione. Na podkreślenie zasługuje rzetelność warsztatu badawczego oraz znajomość społeczno-kulturowa badanych instytucji.

### **3. Konstrukcja pracy oraz jej strona formalna**

Praca habilitacyjna dr Piotra Piesiewicza liczy 598 stron, składa się z dziewięciu rozdziałów podzielonych na mniejsze jednostki redakcyjne i została opatrzona wykazem skrótów, szczegółowym spisem treści, wnioskami końcowymi oraz bardzo obszerną i wyspecyfikowaną bibliografią. Każdy z rozdziałów zawiera syntetyczne podsumowanie rozważań. Poszczególne rozdziały są objętościowo mniej więcej równomierne z wyjątkiem rozdziału IX poświęconego rozważaniom *de lege ferenda*. Z punktu widzenia celu pracy największe zastrzeżenia budzi jednak jej rozdział VIII, w którym dokonano oceny obowiązujących unormowań reklamy adwokackiej z prawem unijnym. Taka ocena, stwierdzenie bezprawności unormowań deontologicznych reklamy adwokackiej i jej zakresu oraz prawnych konsekwencji powinna być sercem pracy habilitacyjnej. Tymczasem Habilitant pomieścił te zagadnienia na zaledwie kilku stronach w rozdziale, którego tytuł: „Ramy prawne i etyczne reklamy adwokackiej w Polsce” jest nieadekwatny do zawartości treściowej. Może on wprowadzać w błąd, ponieważ Autor omawia w nim również unormowania projektowane w adwokaturze i choć jednocześnie dokonuje ich oceny z prawem unijnym, to jednak akty te, póki co nie stanowią prawnych ani etycznych ram reklamy adwokackiej w Polsce. O ile skromność wywodów oceniających w rozdziale VIII można usprawiedliwić rozmieszczeniem takich ocen w różnych innych częściach pracy, o tyle oceny dotyczące projektowanych rozwiązań powinny znaleźć się w rozdziale IX poświęconym rozważaniom *de lege ferenda*. Zdaniem recenzenta rzeczywisty przedmiot pracy jakim jest przedstawienie unormowań deontologicznych dotyczących reklamy adwokackiej oraz ich analiza i ocena z punktu widzenia prawa unijnego nie wymagał tak dużej obszerności i wszechstronności rozważań. Część z nich wydaje się zbędna. Można odnieść wrażenie jakby Autor chciał skomentować wszystkie jego zdaniem ważne wątki związane z tematem pracy.

Nieadekwatność zawartości treściowej zarówno względem tytułu rozprawy habilitacyjnej, jak i nakreślonego przez Autora celu pracy świadczy jednak o częściowo błędnym jej skomponowaniu.

Jeśli chodzi o stronę formalną pracy, to poza drobnymi uchybieniami i mankamentami redakcyjnymi oraz zdarzającymi się błędami stylistycznymi praca spełnia wymogi rzetelności. Należy zwrócić przy tym uwagę, że Autor często w sposób nieuprawniony posługuje się zwrotem „obowiązujące prawo”. Obowiązkiwanie jest bowiem cechą prawa. Wprawdzie Konstytucja RP używa również podobnego zwrotu w art. 87, jednak czyni to w odniesieniu do prawa powszechnie obowiązującego w celu odróżnienia od tzw. prawa wewnętrznie obowiązującego.

#### **4. Uwagi dotyczące merytorycznej strony pracy habilitacyjnej**

Praca habilitacyjna dr Piotra Piesiewicza reprezentuje stosunkowo wysoki poziom merytoryczny, mimo faktycznie dokonanego i zdaniem recenzenta nieuzasadnionego zawężenia przyjętego w pracy celu badawczego. Jak okazało się po jej lekturze, w zasadzie sprowadza się on tylko do jednej płaszczyzny mającej ważne znaczenie dla reformy adwokackich regulacji deontologicznych w obszarze reklamy i informowania, w związku z koniecznością wdrożenia dyrektywy usługowej, które zostało wcześniej zaniechane przez adwokatów. Zawiera wiele trafnych i wartościowych spostrzeżeń i wywodów. Autor umiejętnie korzysta z dorobku doktryny oraz judykatury i nie unika zajmowania własnego stanowiska, zwłaszcza w obszarach będących przedmiotem wątpliwości oraz sporów doktrynalnych. Z uwagi na pogłębioną analizę wielu zagadnień praca może być przydatna w reformatorskich działaniach adwokatury także w zakresie wykraczającym poza unormowania dotyczące reklamy. Jednostkowe twierdzenia Autora przeważnie są dobrze udokumentowane, zilustrowane przykładami z praktyki stosowania prawa oraz uargumentowane przy zastosowaniu różnych metod wykładni. Nieco gorzej wypada natomiast kwestia konsekwencji wywodów oraz trzymania się głównego nurtu rozważań zgodnego z nakreślonym celem pracy. Realizacja zbyt wąskiej perspektywy badawczej, zarówno w odniesieniu do analizy granic kompetencji normotwórczych adwokatury, jak i skutków ich przekroczenia obniża wartość pracy. Brak szerszego spojrzenia wykraczającego poza „świat adwokatury” wpływa też na dyskusyjność niektórych wniosków.

Należy w pełni zgodzić się z Autorem, że normy deontologii zawodowej są potrzebne do zapewnienia nadzoru nad należytym wykonywaniem zawodu adwokata i powinny być one zgodne z prawem. Natomiast nie można podzielić jego zapatrywania, że zakaz korzystania z reklamy przewidziany w § 23 KEA narusza jedynie prawo unijne. Zgodnie bowiem z art. 31 ust. 3 Konstytucji RP reglamentacja konstytucyjnych praw i wolności, o ile jest konieczna dla zaspokojenia określonego interesu publicznego, wymaga zachowania formy ustawy. Reklama wiąże się zaś z wolnością gospodarczą, wolnością wykonywania zawodu oraz wolnością słowa. Jest powszechnie uznawana za podstawowe narzędzie konkurencji, która jest immanentnym elementem wolności gospodarczej, na której opiera się ustrojowa zasada społecznej gospodarki rynkowej. Habilitant przyznał, że normy deontologiczne mogą jedynie dookreślać przepisy ustawowe, jednak nie wskazał przepisu stanowiącego podstawę prawą wywodzenia zakazu reklamy jako takiej. Powołał się tylko na długą tradycję adwokatury, którą zdaje się uznawać za ustalony zwyczaj, traktujący korzystanie z reklamy przez adwokatów za uwłaczające ich godności zawodowej. W konsekwencji Habilitant kwalifikuje zakaz reklamy przewidziany w § 23 KEA nie tyle jako bezprawny ze wszelkimi konsekwencjami wynikającymi z takiej oceny, ile nieadekwatny do tradycyjnego pojmowania reklamy w środowisku adwokatury oraz przemian rynkowych jakie nastąpiły w gospodarce, w szczególności pod wpływem dyrektywy usługowej. Takie postawienie sprawy można jednak potraktować jako swoisty wybieg i przejaw pewnej niekonsekwencji, ponieważ zwyczaj, a zwłaszcza ustalony zwyczaj sankcjonowany przez prawo, również powinien być z nim zgodny. Kluczowe jest więc pytanie o granice swobody normotwórczej adwokatury, które uszło z centrum uwagi Autora pracy habilitacyjnej. Kwestia ta ma natomiast istotne znaczenie z uwagi na rozpowszechnioną samoistność regulacyjną przejawiającą się w niepowiązaniu wielu norm deontologicznych z konkretnymi przepisami prawa, a jedynie z zadaniami adwokatury lub przepisami o charakterze klauzul generalnych. W praktyce zdarza się zaś wcale nierzadko, że unormowania deontologiczne, mimo że podyktowane są względami interesu publicznego, niekiedy pozostają z nim w kolizji.

Nie przekonuje również odrzucona przez Autora kwalifikacja norm deontologii zawodowej jako dobrych obyczajów tylko z tego powodu, że normy deontologiczne jako bardziej wyspecjalizowane opierają się na wyższych standardach. Należy mieć bowiem na względzie, że ich naruszenie przez adwokatów wiąże się nie tylko z odpowiedzialnością dyscyplinarną, ale może również stanowić źródło czynu niedozwolonego, czynu nieuczciwej konkurencji, nieuczciwej praktyki rynkowej oraz prowadzić do odpowiedzialności z tytułu

naruszenia zbiorowych konsumentów. Dobre obyczaje, ponieważ są sankcjonowane przez prawo, podobnie jak zwyczaje nie powinny być z nim sprzeczne. Stąd też wzięła się nie tylko potrzeba ich sądowej kontroli, ale także określenia (kształtowania) ich treści przez sąd w sposób zapewniający zgodność z prawem. Stanowisko to koresponduje z utrwalonym poglądem, wedle którego samo spisanie zwyczaju, obyczaju czy innej akceptowanej normy moralnej w danym środowisku nie przesądza jeszcze o jej obowiązywaniu, a także z aprobowaną przez Autora otwartością katalogu norm etyki adwokackiej.

Autor rozwinął myśl orzecniczą zaczerpniętą z doktryny, wedle której normy etyki zawodowej sprzeczne z prawem nie mogą być sankcjonowane przez prawo, a w konsekwencji stanowić podstawy odpowiedzialności dyscyplinarnej opartej na zastosowaniu przymusu państwowego. Nie można jednak podzielić zajętą przez Autora stanowiska odnośnie tego, że bezprawne normy deontologiczne nadal nimi pozostają, z uwagi na ich odrębność normatywną i pozaprawne podstawy obowiązywania w danym środowisku. Adwokatura oraz inne samorządy zawodów zaufania publicznego są bowiem oparte na prawnym obowiązku przynależności członków, a nie na ich samoograniczeniu się w imię określonych wartości grupowych. Wywieranie więc jakiegokolwiek presji środowiskowej za pomocą norm deontologicznych uznanych uprzednio w ramach obowiązujących procedur za sprzeczne z prawem w związku z założeniem otwartego katalogu tych norm trzeba uznać za obiektywnie niedopuszczalne. Postanowienia kodeksów etyki zawodowej, regulaminów wykonywania zawodu czy też innych zbiorów norm deontologicznych w razie ich sprzeczności z prawem powinny więc zostać uchylone i w razie potrzeby zastąpione innymi.

Należy zgodzić się z postulatem Autora co do konieczności reformy adwokackich regulacji deontologicznych, zarówno w odniesieniu do postanowień kodeksu etyki adwokackiej jak i regulaminu wykonywania zawodu adwokata. Reforma taka powinna być jednak poprzedzona identyfikacją przepisów, które zgodnie z interesem publicznym mają podlegać dookreśleniu przez normy deontologiczne. W przypadku ich braku lub nieokreśloności należy zwrócić się do podmiotów dysponujących inicjatywą ustawodawczą. Projekty zaś normotwórczych regulacji samorządów zawodowych powinny zostać odpowiednio wyważone, zgodnie z zasadami niedyskryminacji i proporcjonalności oraz poddane nie tylko badaniu na

okoliczność ich niesprzeczności z prawem, zarówno krajowym, jak i unijnym, ale również konsultacjom społecznym zgodnie z wymogami dyrektywy 2018/958/WE<sup>14</sup>.

Nie można też zapominać o najważniejszym – mianowicie nawet najbardziej drobiazgowo doprecyzowanie norm dotyczących wykonywania zawodu adwokata nie zapewni ich przestrzegania bez wdrożenia stałego nadzoru i co istotne, podejmowanego z urzędu, a nie dopiero w efekcie wpłynięcia skargi lub zawiadomienia. Na przykładzie utrzymywanego przez wiele lat zakazu korzystania z reklamy można stwierdzić, że był on powszechnie nierespektowany, mimo że stosowanie się do zakazów bezwzględnych obiektywnie znacznie łatwiej się kontroluje. Wobec masowej skali zjawiska obrazu tego nie zmienia nawet orzecznictwo powstałe na kanwie naruszenia tego zakazu. Na problem egzekucji norm deontologicznych należy wejrzeć już przy ich ustalaniu czy tworzeniu. Nieokreśloność norm, nadmierna ich restrykcyjność czy niewyważenie wszystkich wartości wpływa negatywnie nie tylko na ich realne przestrzeganie, ale podrywa również wizerunek adwokatury i zaufanie publiczne do zawodu adwokata. Zagadnienie to nabiera jeszcze większego znaczenia, jeśli spojrzeć się na oprzyrządowanie prawne i środki jakimi dysponuje adwokatura w sferze nadzoru publicznego nad należyтым wykonywaniem zawodu. Wydaje się, że konieczna staje się odpowiedź na pytanie, czy ich stan ukształtowany w przeważającej mierze jeszcze w realiach lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku pozwala współcześnie na realizację skutecznego i efektywnego nadzoru publicznego nad należyтым wykonywaniem zawodu adwokata, czy niezbędna jest interwencja ustawodawcy wzmacniająca ten nadzór. Nie bez znaczenia dla tej kwestii jest również wysokość środków budżetowych adwokatury rok rocznie przeznaczanych na nadzór nad należyтым wykonywaniem zawodu adwokata, a także fakt, że obecnie znaczna część rynku prawniczego funkcjonującego wyłącznie w oparciu o zasadę wolności gospodarczej<sup>15</sup> i nierzadko z naruszeniem prawa nie podlega żadnemu wyspecjalizowanemu nadzorowi.

## **5. Nowość osiągnięcia naukowego i jego wkład w rozwój dyscypliny naukowej**

Niezależnie czy nowość będziemy rozumieć subiektywnie, czy oczekiwać istnienia nowości obiektywnej wydaje się, że stanowi ona formalną stronę oceny istnienia wkładu w

<sup>14</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/958/WE z dnia 28 czerwca 2018 r. w sprawie analizy proporcjonalności przed przyjęciem nowych regulacji dotyczących zawodów, Dz.U. UE. L.173.25), dalej: dyrektywa 2018/958/WE.

<sup>15</sup> Chodzi o tzw. nieregulowany rynek prawniczy, który w ostatnich latach przeżywa boom rozwojowy, co powszechnie tłumaczy się brakiem ograniczeń regulacyjnych.

rozwój danej dyscypliny naukowej. W przypadku recenzowanego osiągnięcia naukowego kwestia nowości wprawdzie nie jest oczywista, zważywszy na zarzut „wyważania otwartych drzwi”, ale też zarzut ten nie oznacza jej przekreślenia. Zagadnienie wadliwości implementacji dyrektywy usługowej było wprawdzie już wcześniej podnoszone w literaturze, niemniej jednak systemowe i pogłębione ujęcie wpływu prawa unijnego na kształt unormowań deontologicznych zawodu adwokata w obszarze reklamy nosi cechy nowości, zwłaszcza jeśli zważyć na okoliczność zastanego stanu wiedzy i świadomości członków adwokatury w tym zakresie. Habilitant musiał zmierzyć się nierzadko z zachowawczym i hermetycznym nastawieniem otoczenia zawodowego do wielu szczegółowych zagadnień, które w nauce prawa często nie wywołują takich kontrowersji ani nie budzą większych wątpliwości<sup>16</sup>. Nie bez znaczenia jest też okoliczność uczestnictwa Habilitanta w pracach adwokatury na rzecz reformy regulacji deontologicznych zawodu adwokata w związku z wykazaniem wadliwego wdrożenia dyrektywy usługowej, które zaowocowały przyjęciem kolejnych wersji projektów skierowanych do konsultacji środowiskowych.

Praca habilitacyjna dr Piotra Piesiewicza stanowi nie tylko zauważalne pogłębienie, ale również istotne uzupełnienie dotychczasowych badań dotyczących reklamy adwokackiej. Chociaż ma ona ograniczony zasięg do stosunków wewnątrz adwokatury, to jednak zważywszy na rolę i pozycję ustrojową tego samorządu zawodowego można uznać ją za osiągnięcie stanowiące znaczący wkład w rozwój dyscypliny naukowej. Mimo, że recenzent widzi istotność zagadnień w nieco szerszym kontekście, nieobjętym faktycznym zakresem przeprowadzonych badań przez Habilitanta, nie umniejsza to jego zasług i wkładu w ukazaniu problematyki reklamy adwokackiej w nowym świetle.

#### **IV. Ocena pozostałego dorobku naukowego**

Na dorobek naukowy dr Piotra Piesiewicza składa się łącznie czterdzieści sześć publikacji, z czego dwie przed nadaniem stopnia doktora nauk prawnych. Dorobek ten obejmuje szesnaście rozdziałów w opublikowanych monografiach, dwadzieścia osiem artykułów w czasopiśmie naukowych oraz dwie wcześniej już ocenione monografie. Jedną z nich stanowi bowiem osiągnięcie naukowe wskazane przez Habilitanta jako podstawa

---

<sup>16</sup> Ilustracją tego może być np. pominięta literatura dotyczące reklamy i informowania w zakresie świadczenia pomocy prawnej przez radców prawnych. Zob. np. Kodeks Etyki Radcy Prawego. Komentarz pod. red. T. Schefflera, Warszawa C.H. Beck 2016 r., *passim* oraz powołany tam dorobek doktryny i orzecznictwa.

ubiegania się o nadanie stopnia doktora habilitowanego w niniejszym postępowaniu, natomiast druga jest przerobioną pracą doktorską. Dalszej ocenie podlega więc łącznie liczba czterdziestu czterech publikacji, z których siedem ma charakter współautorski, a wkład autorski Habilitanta w ich powstanie wynosi 50%.

Jeśli chodzi o dane naukometryczne ocenianego dorobku naukowego Habilitanta, to należy stwierdzić, że sumaryczny współczynnik *Impact Factor* jego publikacji wynosi 4,25 z tym, że dotyczy on publikacji współautorskich. Nie ustalono liczby cytowań oraz współczynnika *indexu Hirscha*, natomiast sumaryczna punktacja ministerialna tego dorobku na dzień wszczęcia postępowania habilitacyjnego wynosi 669 punktów. Wskazane wyniki są aktualne również za okres po uzyskaniu ostatniego awansu naukowego Habilitanta. W dorobku naukowym dr Piotra Piesiewicza znajdują się dwie publikacje w czasopismach wysoko punktowanych za 100 pkt („*The Law Teacher*” i „*Globalization and Health*”) i jedna za 70 pkt („*Państwo i Prawo*”). W dorobku tym można również znaleźć publikacje w innych czasopismach o ugruntowanej renomie, np. w „*Zeszytach Naukowych Uniwersytetu Jagiellońskiego*”, „*Palestrze*” czy w „*Europejskim Przeglądzie Sądowym*”.

Wymieniony wyżej dorobek naukowy, choć statystycznie niezbyt liczny zważywszy na fakt, że publikacje współautorskie nie zawierają przeważającego wkładu Habilitanta, jest jednak dostatecznie zróżnicowany i wartościowy. Zawiera publikacje angielskojęzyczne, w tym publikowane w czasopismach zagranicznych. Dorobek naukowy dr Piotra Piesiewicza koncentruje się głównie wokół częściowo uzupełniających się zagadnień związanych z prawem własności przemysłowej i intelektualnej, prawem mediów i reklamy, prawem karnym oraz ochroną danych osobowych. Rodzaj i forma publikacji, a także ich odpowiedni poziom merytoryczny wskazują na istnienie wymaganej aktywności naukowej Habilitanta. Szczególną jego zasługą jest analiza przeważnie niszowych obszarów wymienionych dziedzin prawa, a często także podjęcie się badań nowych zjawisk, istotnych zarówno z punktu widzenia rozwoju nauki prawa, jak i praktyki jego stosowania. Warto też zaznaczyć, że dr Piotr Piesiewicz w wielu swoich publikacjach sięga do konstytucyjnych, traktatowych i międzynarodowych standardów ochrony praw i wolności.

Spośród jego publikacji w obszarze prawa własności przemysłowej i intelektualnej na szczególną uwagę zasługują: „*Prawo własności intelektualnej jako prawo człowieka*”, „*Mediation in intellectual property law disputes. Problems of implementations of directive*

2014/26/UE”, „*Liability for unlawful making protected works available to the public and for providing hyperlinks to such works on social networking websites*”, „*Graffiti - work of art or a form of destruction of architectural objects*”, „Godziwa rekompensata i jej dochodzenie w odniesieniu do dzieł osieroconych (art. 35<sup>8</sup> ust. 5 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych)”, „Dopuszczalność zmian w utworze architektonicznym w świetle ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych”, „Wymagalna wierzytelność z autorskich praw majątkowych jako przedmiot egzekucji w postępowaniu cywilnym”, „Charakter prawny i zakres zezwolenia na rozporządzanie i korzystanie z opracowania utworu” oraz „Dochodzenie odszkodowania na podstawie art. 79 ust. 1 pkt 3a i 3b pr. aut. ze szczególnym uwzględnieniem wykładni pojęcia <stosowanego wynagrodzenia>”.

Wkład w rozwój nauk prawnych można dostrzec również w publikacjach Habilitanta w obszarze prawa mediów i reklamy. Na uwagę zasługują tu zwłaszcza jego następujące publikacje: „Audiodeskrypcja jako forma realizacji przez producenta utworu audiowizualnego prawa do udziału w życiu kulturalnym przez osoby z dysfunkcją wzroku”, „*Real or Virtual World - Legal Norms in Virtual Worlds*”, „<Narrowcasting> w miejscach użyteczności publicznej”, „<Wideobloger> jako podmiot dostarczający audiowizualną usługę na żądanie a problem nieoznaczonych przekazów handlowych (reklama, sponsorowanie, lokowanie produktu)”, „Zarys problematyki odpowiedzialności cywilnej za naruszenie dóbr osobistych w postaci wpisów umieszczanych na forach internetowych”, „Ustalenie danych osobowych sprawcy naruszenia dóbr osobistych w Internecie celem dochodzenia ich ochrony w postępowaniu cywilnym” czy „Problematyka zakazu reklamowania się podmiotów leczniczych oraz lekarzy w świetle Kodeksu Etyki Lekarskiej, prawa krajowego oraz prawa unijnego”.

Jeśli zaś chodzi o dziedziny prawa karnego i ochrony danych osobowych to w dorobku Habilitanta wyróżniający charakter mają następujące publikacje: „Przestępstwo naruszenia autorskich praw osobistych z art. 115 ust. 3 Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych w świetle zasady określoności”, „Rozważania wokół granic penalizacji przestępstwa wprowadzenia do obrotu towarów oznaczonych podrobionymi znakami towarowymi”, „Przestępstwo w wirtualnym świecie”, „Przetwarzanie danych osobowych pacjenta a odpowiedzialność prawnokarna”, „Odpowiedzialność dyscyplinarna lekarza za zaniechanie udzielenia pomocy”, „Urządzenia



i aplikacje mobilne monitorujące funkcje fizjologiczne a problematyka ochrony danych wrażliwych o stanie zdrowia w świetle regulacji europejskich i polskiej ustawy o ochronie danych osobowych”.

Poza wymienionymi wyżej wiodącymi obszarami zainteresowań badawczych w dorobku naukowym dr Piotra Piesiewicza znajdują się także publikacje dotyczące innych dziedzin. Przykładowo można wskazać tu na opracowania: „Pojęcie <uchodźcy> w rozumieniu ustawy z dnia 13 lipca 2003 r. o udzielaniu cudzoziemcom ochrony na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej i jego wykładnia w orzecznictwie sądów administracyjnych”, *“Tools for public health policy: nudges and boosts as active support of the law in special situations such as the COVID-19 pandemic”*, *“Peer tutoring in clinical legal education as a learning community building method”* oraz „Komunikacja interpersonalna w wirtualnej poradni prawnej”.

#### **V. Informacja o spełnieniu przez Habilitanta wymogu istotnej aktywności naukowej**

W ocenie recenzenta Habilitant spełnia wymóg istotnej aktywności naukowej przewidziany w art. 219 ust. 1 pkt 3 UPSWN. Wskazuje na to nie tylko urozmaicony i wartościowy dorobek publikacyjny, ale również zadania w sferze nauki wykonywane w różnych jednostkach naukowych, zarówno krajowych, jak i zagranicznych. W szczególności należy tu wymienić Uczelnię Łazarskiego, Uniwersytet Humanistycznospołeczny SWPS, Uniwersytet Warszawski, a także Uniwersytet w Cagliari. Aktywność naukową uzupełnia również zaangażowanie Habilitanta w zinstytucjonalizowaną współpracę międzynarodową realizowaną poprzez staże (ETPC w Strasburgu), seminaria (*Academy of European Law: ERA* w Trewirze) oraz konferencje i członkostwo w międzynarodowych organizacjach (*The Association of Law Teachers, Legal Education Research Network, Global Alliance for Justice Education i International Association of Legal Ethics*). O istotnej aktywności naukowej Habilitanta świadczą ponadto dwadzieścia dwa wystąpienia na krajowych konferencjach naukowych, siedem na konferencjach międzynarodowych, współorganizatorski udział w komitetach organizacyjnych siedmiu krajowych konferencji naukowych, działalność w zespołach recenzyjnych czasopism naukowych, a także uczestnictwo w trzech zespołach badawczych finansowanych w procedurze konkursowej, w tym w jednym w charakterze kierownika projektu.

## **VI. Informacja o osiągnięciach dydaktycznych, organizacyjnych i popularyzujących naukę**

Dr Piotr Piesiewicz z sukcesem prowadził zajęcia dydaktyczne z umiejętności prawniczych, krytyki i retoryki, dziennikarstwa prawa karnego, prawa własności przemysłowej, prawa autorskiego, prawa mediów, prawa reklamy oraz ochrony danych osobowych, w tym obejmujące wykłady i warsztaty na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych prawa. Jest współautorem programu Szkoły Prawa na Uniwersytecie Humanistycznospołecznym SWPS, a także promotorem i recenzentem wielu praw magisterskich. Habilitant za swoją działalność w obszarze dydaktyki został dwukrotnie doceniony nagrodą Dziekana Wydziału Prawa Uniwersytetu Humanistycznospołecznego SWPS.

Do osiągnięć organizacyjnych Habilitanta można zaliczyć współorganizowanie sześciu konferencji naukowych, kierowanie interdyscyplinarnym projektem Studencka Poradnia Prawna, przewodniczenie i orzekanie w Odwoławczej Komisji Dyscyplinarnej dla Studentów oraz pełnienie funkcji sekretarza redakcji czasopisma „Themis Polska Nova”, mimo że czasopismo to jak na razie nie znajduje się na ministerialnej liście czasopism punktowanych.

Okazale przedstawia się również dorobek Habilitanta w zakresie popularyzacji nauki. Składają się na niego wykłady na kilku festiwalach nauki, wykłady dla licealistów z zakresu prawa w ramach programu „Strefa Młodzieży” realizowanego przez Uniwersytet Humanistycznospołeczny SWPS, uczestnictwo w licznych debatach oraz zespołach eksperckich organizowanych przez samorząd adwokacki, a także wywiady prasowe.

## **VII. Konkluzje recenzji**

Na podstawie przeprowadzonej oceny monografii dr Piotra Filipa Piesiewicza pt. „Prawne i etyczne aspekty reklamy adwokackiej”, Warszawa 2021 r. Wolters Kluwer S.A. [ISBN: 978-83-8246-453-5], a także oceny jego pozostałych osiągnięć naukowych stwierdzam, że spełnia on wymogi stawiane w art. 219 ust. 1 pkt 2 w zw. z art. 221 ust. 8 ustawy z dnia 20 lipca 2018r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz.U. z 2022 r. poz. 574).

Uwzględniając powyższe oceny wnoszę o dopuszczenie wniosku dr Piotra Piesiewicza do dalszych etapów postępowania habilitacyjnego.

