ul. Francesco Nullo 8/4 31-543 Krakow
Email: biuro@oirp.krakow.pl, tel. 12 410 84 00

30.03.2019 obowiązuje od

# Plakaty promujące zawód radcy prawnego

„Informowanie o wykonywaniu zawodu oraz działalności z nim związanej jest prawem radcy prawnego". Tak stanowi Kodeks Etyki Radcy Prawnego (art. 24), wprowadzając jednocześnie liczne zakazy co do treści i formy tego informowania. Mimo, że KERP nie zakazuje wprost reklamowania swojej działalności, wśród znacznej liczby naszych Koleżanek i Kolegów istnieje przekonanie, że reklama, a nawet szerzej, w ogóle promocja usług prawnych jest zakazana. W takiej sytuacji przyjęliśmy na siebie ciężar promocji naszego zawodu, która nie zastąpi wprawdzie reklamy indywidualnej, ale powinna sprzyjać prowadzonej działalności.

W marcu zaprezentowaliśmy trzy plakaty promujące nasz zawód. Wszystkie trzy to plakaty symboliczne, nawiązujące do jednoznacznie kojarzonych gestów, a skrótowo przez nas nazwane:

**„Pomocna dłoń"** - przedstawiający rękę wyciągniętą w geście u większości kultur oznaczającym powitanie, otwartość, przyjaźń i pomoc. Symbolika oczywista dla każdego;

**„Protektor"** – w naszym zamiarze prezentujący dłonie ułożone wokół zawieszonego w powietrzu paragrafu w geście otaczania ochroną, troski, choć niektórzy dopatrywali się na tym plakacie czarnoksiężnika, podglądającego przyszłość nie w szklanej kuli, ale właśnie w paragrafie;

**„Superradca"** – ukazujący w dynamiczny sposób ręce w geście popkulturowego Supermana, zrywającego garnitur by wkroczyć do akcji. Archetyp bohatera, obdarzonego nadzwyczajnymi mocami. Superman – Superradca, zawsze gotowy by nieść pomoc. Pomoc prawną. Zawsze gotowy by bronić słabszych. Plakat adresowany do młodzieży. A może nie tylko? W końcu Superman to ponadczasowy, ponadpokoleniowy bohater popkultury. Przecież Superman to nie tylko Henry Cavill ale też Chriropher Reeve, a nawet George Reeves. Nasz nie ma czerwonej peleryny tylko togę z niebieskim żabotem.

Odstąpiliśmy od grafik figuratywnych, prezentujących postaci radców prawnych, gdyż w naszej ocenie już się opatrzyły. Chcieliśmy zaproponować coś nowego w promocji naszego zawodu, nie powielać już istniejących plakatów. Choć trzeba przyznać, że znakomite grafiki OIRP w Warszawie (dynamiczne, sugestywne „scenki rodzajowe", w świetnej komiksowej stylistyce) warte byłyby powtórzenia.

Plakaty to tylko jedno z narzędzi promocji. Będą prezentowane w miejscach publicznych. Mają wywoływać pozytywne skojarzenia z naszym zawodem, stąd też istotne są prezentowane na nich hasła (wybraliśmy je w ogłoszonym w zeszłym roku konkursie).

Pomoc prawna i nasz zawód to szczególny obiekt promocji. Nie zawsze można stosować tu powszechne metody reklamy, budowy skojarzeń i wywoływania zainteresowania. Musimy przykuć uwagę zachowując powagę. Nie możemy wzbudzać zainteresowania kosztem prestiżu i autorytetu. Wykluczone są zbyt kontrowersyjne reklamy. Wiadomo, że pozytywne skojarzenia wywołują sympatyczne zwierzęta. Ale chyba nie chcielibyśmy na plakatach radcy w otoczeniu szczeniaczków czy kotków, misiów i wiewióreczek. Wiadomo, że najlepiej „sprzedaje się" przemoc i seks. Ale chyba nie chcielibyśmy na plakatach radcy prawnego w todze, w towarzystwie Temidy w opasce na oczach w stylizacji rodem z „50 twarzy Greya".

Mieliśmy nadzieję, że nasze plakaty spodobają się Państwu i skutecznie zwrócą uwagę na nasz zawód, wywołując pozytywne skojarzenia. Na pewno wywołały zainteresowanie i dyskusję. Zaprezentowane plakaty wzbudziły rozbieżne reakcje, wyrażane w opiniach kierowanych bezpośrednio do mnie i do członków Prezydium i Rady, a także formułowanych na portalach społecznościowych – od entuzjastycznych pochwał po kategoryczną krytykę. Jedni chwalili śmiałość i rzutkość pomysłów i odniesień kulturowych, zwięzłość i wydźwięk haseł oraz estetykę formy graficznej, inni krytykowali rzekomą infantylność plakatów i płytkie w ich ocenie odwołanie do niebieskiego koloru żabotu. Niektórzy z krytyków, noszących stroje urzędowe z zielonym żabotem, dopatrywali się wręcz w tych odniesieniach nieeleganckiego czynu nieuczciwej konkurencji. De gustibus non est disputandum. Ale z uwag oczywiście wyciągniemy wnioski na przyszłość. Promujemy zawód radcy prawnego i

ul. Francesco Nullo 8/4 31-543 Krakow
Email: biuro@oirp.krakow.pl, tel. 12 410 84 00

niebieskie żaboty, nikogo przy tym nie deprecjonując, bo to nasz zawód i nasz „kolor urzędowy". Szczególnie często jednak ze strony naszych Koleżanek pojawiała się sugestia, by na plakatach (już tych gotowych) zaprezentować nie tylko męskie, ale i damskie dłonie. Takiej prośbie nie mogliśmy odmówić.

Jak wspomniałem, plakaty to tylko jeden z elementów promocji, obok banerów, spotów reklamowych w telewizji i radio, reklam w pojazdach komunikacji itp., itd. Te również mamy na względzie.

To promocja o charakterze jednak doraźnym. W moim przekonaniu długofalowa strategia promocji naszego zawodu powinna być oparta na trzech filarach.

Po pierwsze edukacja prawna. Parafrazując Zamoyskiego – tacy będą klienci, jakie młodzieży chowanie. Musimy budować społeczne przekonanie o korzyściach płynących z zapewnienia pomocy i konsultacji prawnej. Musimy budować nawyk sięgania po pomoc prawną i analizy możliwych skutków prawnych przy ważniejszych osobistych i zawodowych decyzjach, a zwłaszcza w działalności gospodarczej.

Po drugie „lokowanie produktu" w świadomości masowej. Najskuteczniejszą promocję naszego zawodu zapewniłby radca prawny – pozytywny bohater serialu na miarę „Prawa Agaty", „Magdy M.", czy tak popularnej ostatnio „Chyłki". Tylko najpierw trzeba przekonać scenarzystów, że radca prawny wart jest bohatera serialowego. Albo ponownie rozważyć ofertę komercyjnego lokowania produktu (podobno taka propozycja, rozważana parę lat temu przez KRRP, opiewała na kilkaset tysięcy złotych).

Po trzecie rzetelne wykonywanie zawodu budujące prestiż i zaufanie. Nie tylko w sprawach trafiających na pierwsze strony gazet. W tych drobnych przyziemnych też. Kropla drąży skałę. A zadowolony klient wraca i rekomenduje prawnika znajomym.

Jak większość swoich wystąpień, również ten tekst zakończę apelem – dzielcie się Państwo z nami swoimi uwagami, sugestiami i propozycjami. A także podziękowaniem dla wszystkich członków Prezydium i Rady, którzy wnieśli swój konstruktywny wkład w projektowanie plakatów oraz Autorom wykorzystanego hasła – dr Edycie Kozak-Hamala oraz Olafowi Maciejowskiemu.

dr Marcin Sala-Szczypiński

Dziekan Rady OIRP w Krakowie.