

Publicering på Instagram; advokaten borde inte ha kommenterat ett inlägg på sätt som skett. Uttalande.

Bakgrund

A har publicerat en bild på sitt instagramkonto med tillhörande inlägg och kommentar. Bilden visar en tavla föreställande en pistol. I nedre vänster hörn syns en stol och på höger sida av bilden syns en vas med en blombukett. Det tillhörande inlägget lyder ”Kom förbi på möte så får du beskåda inte bara mig utan även denna magiska tavla #gunz #xxxxx #xxxxxadvokat”. En annan användare har kommenterat inlägget med ”Jag blir typ taggad på att göra något kriminellt så jag kan ha dig som försvarare haha [symbol för eld]”. A har besvarat kommentaren med ”du är varmt välkommen kompis”.

Efter att ärende inletts hos Advokatsamfundet har det framkommit att A publicerat en bild på sitt facebookkonto med tillhörande inlägg. Bilden visar A som sitter bakåtlutad med fötterna på ett skrivbord och hållande ett whiskeyglas. Bakom honom syns en tavla med ett pistolmotiv. Det tillhörande inlägget lyder ”Känslan när ens klient efter 123 dagar försätts på fri fot av hovrätten är obeskrivlig. #xxxxxadvokat #xxxxx #frifot”.

Advokatens yttranden

A har i en skrivelse, som inkom till Advokatsamfundet den 30 september 2019, yttrat sig över innehållet i den första bilden och har inledningsvis hänvisat till ett yttrande undertecknat av honom själv samt advokat B och advokat C. Av yttrandet framgår bl.a. följande.

Advokaters marknadsföring generellt

Sedan omkring år 2015 har advokater, och framförallt brottmålsadvokater, på ett aktivt sätt marknadsfört sig själva och sina byråer med hjälp av sociala medier, radioreklam, direktreklam och genom öppna internetforum. Reklamen har i vissa fall varit vågad och syftet med den har varit (enligt vår tolkning) att väcka uppmärksamhet och rikta allmänhetens intresse till den advokat eller byrå som står bakom reklamen. Inte sällan har det anspelat på grov brottslighet i samband med att man informerar om vilken expertis just den advokaten eller byrån besitter.

Vi väljer att inte specifikt peka ut någon advokat, byrå eller reklam då vi inte vill förmedla budskapet att vi anser att just den eller de som icke förenliga med Advokatsamfundets regler. Vi har istället förutsatt att Advokatsamfundet känner till advokatmarknaden tillräckligt väl för att förstå vilken typ av reklam vi syftar på.

Advokatsamfundet har, direkt eller indirekt, sedan i vart fall 2015 oss veterligen utan anmärkning godtagit att advokater och byråer marknadsför sig på sätt som beskrivs ovan. Denna slutsats har vi dragit då det inte har tillkommit några nya riktlinjer eller disciplinavgöranden angående marknadsföring på sociala medier sedan Advokatsamfundets Policy för advokaters användning av sociala medier (fortsättningsvis ”Policyn”) som publicerades i december 2015, bortsett ifrån de avgöranden som nyligen offentliggjorts där advokater disciplinerats för att ha publicerat ärendekänslig information på sociala medier.

Det bör i sammanhanget också nämnas att det är notoriskt svårt att marknadsföra sig som brottmålsbyrå. Traditionella marknadsföringskanaler har inte sällan liten effekt på inflödet av ärenden vilket leder till att brottmålsbyråer måste söka innovativa sätt att nå ut med sitt namn samt de tjänster man erbjuder. Sedan systemet med domstolslistor infördes för att fördela fria förordnanden har marknaden spätts ut avsevärt, vilket innebär att många brottmålsadvokater riktar sin reklam direkt mot klienter och potentiella klienter för att på så sätt bli begärda. Detta tillåter naturligtvis inte att avsteg förs ifrån Vägledande regler om god advokatsed (fortsättningsvis ”VRGA”) eller Policyn, men det är en förklaring till de ökade och mer nyskapande marknadsföringsaktiviteterna som setts på senare år.

Reklamen vi åsyftar bedrivs av mer etablerade advokater och byråer än vår egen. Vi har inspirerats av sådan reklam och utifrån den utformat vår egen marknadsföringsstrategi och interna policy för sociala medier.

Advokatbyråns marknadsföring

Ledordet för Advokatbyråns marknadsföring på sociala medier är att den ska vara informativ gällande allmänhetens rättigheter. Med det menas bl.a. att vi informerar befintliga och potentiella klienter om t.ex. rättigheter i samband med ingripande ifrån polis, rättigheter i samband med frihetsberövande, rätten att begära den advokat man själv valt m.m. Vi har valt att differentiera vår marknadsföring ifrån andra brottmålsbyråers marknadsföring på så sätt att vi vill vara just informativa om rättigheter istället för att fokusera på att anspela på brottslighet. Utöver att det är i linje med vår interna policy är vi av uppfattningen att det är korrekt i förhållande till VRGA och Policyn.

Vi strävar också efter att marknadsföringen ska ha ett visst mått av humor eller att man ska tolka den som publicerad med ”glimten i ögat”. Anledningen till detta är att vi inte vill förmedla en dyster bild av vårt arbete, utan försöker vara positiva, och när tillfälle ges, lättsamma. Vår övertygelse är att det gör att de som följer oss ser att vi som arbetar med ibland mycket psykiskt påfrestande mål ändå har en human sida.

A har därutöver avseende det första inlägget, bilden på instagram, anført i huvudsak följande.

Aktuell bild är ett fotografi över del av hans kontor på Advokatbyrån. Den tavla som hänger på väggen föreställer en vattenpistol, tryckt på motivet är ”squirt gun”. Stilen är contemporary art, som han har ett stort intresse av. Han har länge haft denna tavla i åtanke och när han blev delägare på Advokatbyrån köpte han den för att hänga på sitt kontor. Tavlan är en limiterad utgåva.

Tavlan har varit mycket uppskattad av klienter och besökare generellt på deras kontor. Många har frågat var han köpt den och uttryckt beundran. Han blir själv glad av tavlan när han ser den. Med anledning av att han använder sociala medier för att informera om sitt arbete, sitt liv samt för marknadsföring tog han detta foto när han fick tavlan levererad till sig.

Inlägget som sådant är en uppmaning till följare och andra som ser detta inlägg att komma på möte. Användning av "hashtags" är för att inlägget ska få en större spridning. Den kommentar som lämnats av X bedömde han som uppenbar humor, särskilt då X använder ordet "typ" och avslutar kommentaren med "haha". X är för övrigt en vän till honom sedan cirka 10 år tillbaka. Hans svar till X var endast menat som att denne, naturligtvis är välkommen på ett möte.

På inget sätt uppfattar han X kommentar som en uppmaning, för X själv eller annan, att begå en brottslig handling. Inte heller inlägget eller hans svar på X kommentar är en uppmaning, till X själv eller annan, att begå en brottslig handling.

Han är övertygad om att allmänheten kan se att den tavla som återfinns i inlägget är konst. Han är även övertygad om att allmänheten förstår att X kommentar inte är allvarligt menad, utan en humoristisk sådan, och att hans svar på X kommentar inte är något annat än att X är välkommen på möte. Av samma skäl kan han inte se att inlägget, med eller utan tillhörande text och kommentarer, på något sätt skulle kunna skada förtroendet för advokat kåren eller på annat sätt väcka anstöt eller anses respektlös. Det är vidare hans bestämda uppfattning att bilden inte på något sätt inverkar på synen på hans integritet i sin yrkesutövning eller förhållande till allmänheten.

I ljuset av det sistnämnda samt vad som i övrigt anförts i detta yttrande anser han att nu aktuellt inlägg är i linje med såväl Avsnitt 1 i de Vägledande reglerna om god advokatsed som med Advokatsamfundets Policy för advokaters användning av sociala medier. För det fall Advokatsamfundet är av en annan åsikt kommer han på uppmaning att avlägsna bilden omedelbart.

A har tillsammans med B och C i en kompletterande skrivelse, som inkom till Advokatsamfundet den 29 oktober 2019, uppgett i huvudsak följande.

De har efter genomgång av debattartikeln skriven av en kammaråklagare (publicerad i Aftonbladet) samt efterföljande debatt i media valt att radera samtliga bilder, kommentar och video ifrån deras sociala medier som omfattas bl.a. av detta ärende.

Deras beslut motiveras av att innehållet i aktuella bilder och filmer uppenbarligen helt har misstolkats av vissa personer och har genererat helt oväntad och framförallt oönskad uppmärksamhet för deras advokatbyrå.

A har i en skrivelse, som inkom till Advokatsamfundet den 22 november 2019, yttrat sig över innehållet i den andra bilden och hänvisat till vad som har anförts i tidigare skrivelser. Därutöver har han i huvudsak anfört följande.

Bilden publicerades på hans sociala medier i syfte att visa för befintliga och eventuella nya följare vad han arbetar med och kan åstadkomma då en klient framgångsrikt hade försvarats i ett mål om påstådd allvarlig brottslighet. Han ville marknadsföra sin kompetens och bygga sitt varumärke som försvarsadvokat.

Aktuell bild innehåller ingen information som på något sätt kan identifiera det specifika ärendet. Detta i syfte att upprätthålla såväl lojalitetsplikten gentemot klienten som tystnads- och diskretionsplikten i allmänhet.

En ytterligare anledning till inlägget var att han kände stolthet över sin insats och ville visa detta. Klienten hade dömts i tingsrätt, men försattes efter förhandlingen i hovrätt på fri fot. Känslan som infinner sig när hovrätten, eller tingsrätten för den delen, går på ens linje är obeskrivlig. Den tillhörande texten är enligt hans bedömning saklig, professionell, respektfull och måttlig.

Innan bilden med tillhörande text publicerades stämde han av innehållet mot såväl Policyn för sociala medier som de Vägledande reglerna. Det är hans bestämda uppfattning att bilden med tillhörande text är väl i linje med de Vägledande reglerna och Policyn för sociala medier och att den har publicerats och utformats i precis de syften och på det sätt som särskilt omnämns i Policyn för sociala medier som ett positivt användande av sociala medier.

Ärendets fortsatta handläggning

Vid sammanträde den 5 december 2019 beslutade Advokatsamfundets styrelse att ta upp ett disciplinärende mot A. I samband med underrättelsen av beslutet bereddes A tillfälle att yttra sig.

A har i en skrivelse, som inkom till Advokatsamfundet den 16 december 2019, argumenterat i sak och hänvisat till ett yttrande undertecknat av honom själv samt B och C. Av yttrandet framgår i huvudsak följande.

Angående Cirkulär nr 24/2019 Vägledande uttalande angående överväganden vid advokaters användning av sociala medier i marknadsföringssyfte

Vi välkomnar att Advokatsamfundet i Cirkulär 24/2019 av den 5 december 2019 har kompletterat Policyn med ytterligare vägledning. Genom att komplettera befintligt regelverk har Advokatsamfundet tydliggjort att regelverket tidigare var undermåligt

och/eller otillräckligt för att advokater skulle kunna utröna hur man fick marknadsföra sig på sociala medier. Hade befintligt regelverk varit lätt att tolka och efterfölja hade det inte funnits behov av kompletterande regelverk. Vi förutsätter att Advokatsamfundet i sitt disciplinarbete inte tillämpar ny vägledning retroaktivt, varför våra inlägg i sociala medier inte kan bedömas mot bakgrund av de nya riktlinjer som återfinns i Cirkulär 24/2019.

I sammanhanget bör också nämnas att ett mycket stort antal advokater på sociala medier har marknadsfört sig på samma sätt som vi har gjort (vilket vi återkommer till nedan). Vi kan inte tro att så många advokater medvetet har brutit mot de VRGA och/eller Policyn, utan den enda rimliga slutsatsen som kan dras är att regelverket inte var tillräckligt tydligt för att advokater skulle förstå vilka ramar Advokatsamfundet hade satt. Det skulle strida mot legalitetsprincipen att utdöma disciplinpåföljder mot bakgrund av ett regelverk som är så otydligt att det inte är möjligt att förstå hur det ska tolkas eller efterföljas. Med ny vägledning har Advokatsamfundet i vart fall inlett arbetet med att läka bristen i regelverket.

Vi vill i det här sammanhanget även framföra att vi har full förståelse för att Advokatsamfundets arbete kring advokaters agerande på sociala medier är under arbete då fenomenet är förhållandevis nytt. Vår utgångspunkt är att man inte under det arbetets gång riktar disciplinpåföljder mot advokater utan att dessa har haft möjlighet att förstå hur Advokatsamfundet har beslutat att de har rätt att agera på sociala medier. Ett sådant förhållningssätt vore högst otillfredsställande och leder till ett stort mått av oförutsägbarhet för Advokatsamfundets medlemmar.

Advokaters marknadsföring på sociala medier

Som nämnt ovan har vi noterat att ett mycket stort antal advokater har marknadsfört sig på sociala medier och andra forum på samma sätt som vi har gjort. Vi har mycket försiktigt räknat på kort tid noterat på ett tjugotal kollegors sociala medier bilder som har närmast identiskt innehåll och teman som vår marknadsföring tidigare hade. Av dessa är vissa upplagda i närtid till att denna skrivelse avges, medan andra har legat uppe under en längre tid (ibland sen innan vi la upp nu aktuellt material på våra sociala medier). Då vi känner många av dessa advokater mycket väl har vi efterhört om de har tillskrivits av Advokatsamfundet, men förutom i ett fåtal undantagsfall har inga av dessa advokater tillskrivits. Vi har också noterat att många advokater har börjat använda t ex Insta-stories och liknande för att marknadsföra visst material, vilket alltså innebär att deras inlägg försvinner efter 24-timmar. Inte en enda av dessa advokater har tillskrivits om sina inlägg, trots att innehållet är på samma tema som våra tidigare kritiserade inlägg var.

Om den typ av marknadsföring som vi vid ett fåtal tillfällen har ägnat oss åt anses regelvidrig är det uppenbart att ytterligare tillsyn och vägledning är erforderlig. Därutöver är det påkallat att Advokatsamfundet agerar proaktivt och inte bara reaktivt.

Vi förväntar oss att Advokatsamfundet vill att dess regelverk och disciplinarbete tillämpas likadant för alla samfundets medlemmar. Såvitt vi kan förstå riskerar man i stort sett bara disciplinpåföljd i nu aktuellt sammanhang om man har oturen att bli anmäld till Advokatsamfundet av, i vårt fall alltid anonyma, anmälare, eller om man har haft oturen att bli uppmärksam i media. Redan här vill vi påpeka en enorm brist i det här förfarandesättet; nämligen att en anmälan till Advokatsamfundet kan användas som ett

vapen av kollegor, myndighetspersoner eller andra personer som önskar störa en advokat eller en advokatbyrås verksamhet av olika skäl. Det bör tilläggas att det innebär, i vart fall för oss, en mycket stor stress och ett otroligt obehag att bli föremål för granskning av Advokatsamfundet, vilket oaktat utgången ändå påverkar vårt arbete som advokater negativt.

Som medlemmar i Advokatsamfundet förväntar vi oss under alla omständigheter att disciplinväsendet tillämpas enhetligt för alla medlemmar och därmed att disciplinnämnden ex officio granskar t ex advokaters marknadsföring. Detta synsätt härstammar ifrån ett självklart rättviseperspektiv. Vi är inte beredda att agera syndabockar för ett fenomen som väldigt många advokater var, och i vissa fall fortfarande är, del av bara för att det är lättare att agera mot det som har uppmärksammats i media. Vi är medvetna om att man inte kan ursäkta regelbrott bara för att andra har begått samma fel, men vi anser att det strider mot grundläggande rättvisa att straffa vissa och inte andra för exakt samma agerande (och särskilt mot bakgrund av att frågan tar avstamp i ett svårtolkat regelverk).

Vi vill här också uppmana Advokatsamfundet att stå emot ett medialt drev och inte straffa ett fåtal advokater för att blidka ett litet antal okunniga journalister och ett fåtal aktivistiska åklagare. Som bekant har vi utsatts för ett mycket obehagligt mediadrev där vi förvisso har fått stå till svars för vår egen marknadsföring, men även för stora delar av advokatkårens marknadsföring och för andra problem som finns inom advokatväsendet (så som dålig ton i rättssalar, brott mot restriktioner, m.m.) som vi överhuvudtaget inte känner igen oss i. Vi hoppas att Advokatsamfundet inte utdelar disciplinpåföljder för att man tror att vissa journalister och/eller åklagare förväntar sig en sådan reaktion.

Sammanfattningsvis ska inte disciplinväsendet användas oenhetligt, sporadiskt eller endast reaktivt. En stark och oberoende advokatkår, förhoppningsvis med Advokatsamfundet i spetsen, måste kunna stå emot externa påtryckningar, oaktat om dessa kommer ifrån den privata eller publika sfären.

Advokaters marknadsföring i nuläget

Vi har sen den uppblossade debatten och framförallt sen vi tillskrevs av Advokatsamfundet justerat vår marknadsföring avsevärt, men noterar att många kollegor fortsätter som de gjorde innan. Som exempel kan nämnas att frikännande domar och för advokaten positiva beslut publiceras med triumferande bildtexter varvat med humoristiska bilder kopplade till advokatverksamheten. Inte sällan renderar dessa publikationer flera interaktioner och kommentarer ifrån följare. Att få bra respons på sociala medier är ett framgångsrikt sätt att marknadsföra sig på som advokat, innebärande att många advokater i nuläget kan marknadsföra sig helt fritt, medan vi inte har möjlighet att göra det av rädsla för disciplinpåföljd och ytterligare anmälningar. Denna position bottnar i att vi noterat att anmälningar mot vissa av våra inlägg på sociala medier har skett löpande under tid och att vi därefter har tillskrivits av Advokatsamfundet. Uppenbart är att vissa personer har lagt väldigt mycket tid på att granska och anmäla just våra inlägg, med för oss oklar agenda, och att beteendet fortsatt över tid. Av för oss okänd anledning har däremot andra advokaters marknadsföring inte anmälts av samma anonyma anmälare.

Det faktum att vi riskerar påföljd medan andra kan fortsätta med sin marknadsföring obehindrat är inte bara oförsvarbart ur ett advokatetiskt perspektiv, det är även konkurrensrättsligt oförsvarbart. Vi är i dagsläget förhindrade ifrån att marknadsföra våra tjänster och vårt arbete på samma villkor som andra advokater gör. Som medlemmar i Advokatsamfundet förväntar vi oss att vårt samfund arbetar för att alla advokater ska kunna marknadsföra sig på samma villkor och vid samma disciplinäventyr, oaktat om man har uppmärksammats i media eller haft oturen att bli anmäld. Vi menar att Advokatsamfundet måste arbeta aktivt för att skapa en miljö där alla advokater marknadsför sig på samma villkor och inte att disciplinverksamheten används för att skapa ojämlika marknadsföringsvillkor som klart missgynnar vissa advokater.

Vi vill förtydliga att vi med detta yttrande inte vill skuldbelägga andra advokater eller peka ut deras marknadsföring som regelvidrig. Mot bakgrund av det har vi efter övervägande valt att inte skicka med de bilder som vi har samlat på oss, trots att de är av samma karaktär och med liknande innehåll som de poster vi har blivit tillskrivna om. Vi har två syften med att skriva om andra advokaters marknadsföring som vi har gjort i denna skrivelse. Dels är det att upplysa Advokatsamfundet om hur advokaters marknadsföring på sociala medier de facto ser ut i dagsläget, då vi utifrån det mycket fåtal advokater som har tillskrivits får intrycket av att Advokatsamfundet inte är medveten om denna utveckling. Dels är det för att uppmana Advokatsamfundet att noga överväga disciplinnämndens syften och förfarandesätt, samt effekten av att utsätta endast vissa advokater för disciplinärenden och inte andra, i samband med att man prövar de ärenden som rör oss.

Avslutningsvis bör tilläggas att vi lever i en tid av ökat motstånd mot advokater i allmänhet och brottmålsadvokater i synnerhet. Vissa typer av journalister och politiker får alltmer utrymme i media att kritisera frikännande domar och påstått lindriga påföljder (oftast på mycket tvivelaktiga grunder). Under sådana förhållanden uppmanar vi Advokatsamfundet att inte försöka tysta advokater som känner stolthet över sitt yrke och som offentligt vågar stå för vad man jobbar med, vilket måste få innefatta att man visar sina framgångar offentligt (naturligtvis med klientsekretessen och andra etiska överväganden i beaktande).

Nämndens bedömning och beslut

Nämnden finner anledning att i sin helhet återge portalparagrafen i Vägledande regler om god advokatsed.

En fri och självständig advokatkår som verkar enligt sunda regler utvecklade av advokaterna själva är en viktig del av rättssamhället och en förutsättning för att enskildas fri- och rättigheter ska kunna hävdas. En advokat har därför en särskild ställning och ett särskilt ansvar.

En advokats främsta plikt är att visa trohet och lojalitet mot klienten. Advokaten skall som en oberoende rådgivare företräda och tillvarata klientens intressen, inom lagen för gällande rätt och god advokatsed.

Advokaten får inte låta sitt handlande påverkas av tanke på egna fördelar eller obehag eller av hänsyn till andra ovidkommande omständigheter.

En advokat skall utöva sin verksamhet med integritet och på ett sätt som främjar det goda rättssamhället. En advokat skall uppträda sakligt och korrekt samt så att förtroendet för advokatkåren upprätthålls.

En advokat får inte främja orätt.

Dessa principer har bl.a. kommit till uttryck i Advokatsamfundets Policy för advokaters användning av sociala medier. Av den policyn framgår bland annat följande.

En förutsättning för förtroendefulla förhållanden mellan advokater och klienter, liksom allmänhetens förtroende för advokatkåren är att advokaten agerar hederligt, respektfullt och med integritet och kompetens. För advokater är dessa traditionella dygder yrkesplikter som måste upprätthållas även på sociala medier.

Advokater bör vidare säkerställa att agerandet på sociala medier står i överensstämmelse med gällande rätt och advokatetiska yrkesplikter i syfte att upprätthålla allmänhetens förtroende för såväl den egna verksamheten som för advokatkåren som helhet.

Advokatens uttalanden bör därför alltid vara sanna, etiskt försvarbara och förenade med gott omdöme och respekt för andra människor. Advokaten ska vara förvissad om att hans eller hennes användande av sociala medier inte negativt påverkar klienters eller allmänhetens förtroende för advokaten eller advokatkåren som helhet.

Det framgår även att advokater bör undvika beteenden på sociala medier som kan väcka anstöt.

Nämnden vill framhålla att det inte ankommer på nämnden att agera ”smakpolis” i vidare mån än när marknadsföringen tydligt bryter mot god advokatsed. Publiceringen av tavlan med pistolen, med eller utan advokaten i förgrunden, kan i sig inte anses strida mot god advokatsed. Däremot borde advokaten inte ha kommenterat inlägget om att ”göra något kriminellt” på det sätt han gjorde, utan istället ha tagit bort detta inlägget. Nämnden låter med detta uttalande ärendet bero.