

JUDr. David Hlaváček,
advokát, rozhodce
a zapsaný mediátor.



DŮVĚRNÉ INFORMACE

chraňte za každou cenu

TEXT: REDAKCE,
FOTO: ONDŘEJ PÝCHA

Budte opatrní s tím, co a komu říkáte. Důvěrné informace o vaší osobě nebo o vašem podnikání mají cenu zlata. Pokud se dostanou do nesprávných rukou, může vás to přijít draho. Advokát David Hlaváček radí, jak a kdy mluvit s médii, co všechno prozradit vašemu advokátovi a jak poznat, že to s vámi myslí dobře.

V KALENDÁŘI STÁLO DATUM 20. května 2003, když na stole amerického fotografa Kennetha Adelmana přistála žaloba na 50 milionů dolarů za porušení soukromí. Týkala se jediného snímku ze série 12 tisíc fotek, které

Adelman pořídil rok předtím s ambiciózním cílem vytvořit kompletní záznam kalifornského pobřeží pro stránky California Coastal Records Project. Kromě obrovské částky, kterou měl zaplatit, fotografa šokovalo i jméno žalující strany. Byla jí světově známá zpěvačka Barbra Streisand. Snímek s číslem 3850 totiž zachycoval její rezidenci. Streisand se svou žalobou neuspěla a musela Adelmanovi uhradit 200 tisíc dolarů za výdaje na obhajobu. Tím pro ni ale kauza neskončila. Žaloba se nevyhnula zájmu médií, a zatímco před ní byl snímek zobrazen pouze šestkrát (z toho dvakrát právníky), během následujícího měsíce navštívilo stránku přes 420 tisíc lidí a obrázek honosné kalifornské vily můžete dodnes dohledat na internetu za pár kliků.

MEDIALIZACE VYPUSTÍ DŽINA Z LAHVE

Událost, které se později začalo říkat „efekt Streisandové“, ilustruje dopad, jaký může mít medializace na soudní spory – opačný, než by si klient přál. „Medializací vypustíte džina z lahve. Ve chvíli, kdy se právní spor dostane do médií, nad tím totiž přestáváte mít kontrolu. Novináře, který dělá svou práci dobře, mohou zaujmout taková místa příběhu, která klient pustit ven nechce. V dnešním online světě je navíc takřka nemožné informace stáhnout. Jakmile se medializace nepovede, není cesty zpět,“ vysvětluje David Hlaváček, partner Advokátní kanceláře Hlaváček & Krampera.

KOMUNIKACE S NOVINÁŘI

Většina soudních sporů zůstane veřejností nepovšimnuta. Pokud se ale do křížku se zákonem dostanete jako mediálně zajímavá osobnost, musíte se připravit na obrovský mediální tlak. Předem byste měli zvážit, do jakého rizika se pustíte, pokud s médii začnete mluvit. Jistotu, jakým způsobem bude vaše vyjádření interpretováno, totiž nemáte nikdy. Komentář do médií

pak dává smysl zejména v případech, kdy o vás kolují nepravdivé informace a vy potřebujete říci pravdu, a to pokud je ve hře poškození vaší reputace, ztráta obchodních partnerů nebo odliv zákazníků. Hlaváček v takovém případě radí nemluvit do médií přímo, ale využít advokáta, který má s komunikací s novináři zkušenosti: *“Ve sporech, které jsou v hledáčku médií, využíváme advokáty zvyklé vystupovat ve veřejném prostoru. Vědí, na co se zhruba bude konkrétní redaktor nebo redaktorka ptát a jakým způsobem interpretují vaše odpovědi. Dovedou posoudit, zda, kdy a co říct.”*

POVAHA DISKRÉTNOSTI

Zatímco otázka, zda, jak a co byste měli prezentovat v médiích, závisí na citlivém posouzení situace, váš případ by nikdy neměl být předmětem sebe prezentace vašeho advokáta. *“Advokáti by měli budovat svou značku na profesní zdatnosti, loajalitě, schopnosti věnovat klientovi všechn čas světa pro to, aby mu dovedli pomoci. Používat k vlastní propagaci příběhy klientů považují za porušení diskrétnosti,”* doplňuje Hlaváček. Diskrétnost ve vztahu mezi klientem a advokátem je podle něj základním kamenem pro poskytování kvalitních právních služeb. Diskrétnost je ovšem něco jiného než mlčenlivost. Mlčenlivost definuje zákon o advokacii, podle kterého advokát nesmí prozradit nic, o čem se dozvěděl v souvislosti s poskytováním právních služeb. Teoreticky by tak advokát mohl prozradit cokoli, co se o klientovi dozví v jiných souvislostech. *“Advokát o klientovi zjistí množství informací, které nemusejí souviset s předmětem právní služby. Při rozvodu se například dozví, jak se manželé seznámili, jaký měli intimní život, majetky, o jejich podnikání, o dětech, radostech, o tom, čeho se v životě bojí...,”* vyjmenovává Hlaváček. *“To nejsou věci, které by byly exaktně spojené s poskytováním právních služeb. Považuji je však za extrémně podstatné pro to, aby advokát svou práci mohl dělat dobře.”*

KLIENT JAKO RUKOJMÍ

Intimní znalost klienta advokátům pomáhá poskytovat kvalitnější právní služby napříč oblastmi práva i oborů. *“Pokud se vás klient například ptá, jak má udělat určitý krok s daňovým aspektem, umíme do naší rady projektovat i to, že má děti, které mají zájem o jeho obor a za 15 let by mohly převzít firmu.”* Důvěrné informace lze ale snadno zneužít. Případů, kdy advokáti striktním způsobem nepřekračují mlčenlivost, ale porušují diskrétnost za účelem vlastního prospěchu, není málo. Od necitlivého zveřejnění případu na sociálních sítích přes vyzrazení obchodního tajemství po

ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ HLAVÁČEK & KRAMPERA

Advokátní kancelář Hlaváček & Krampera, s. r. o., zajišťuje **vysoce kvalifikovanou právní službu v prakticky jakékoli oblasti práva**. JUDr. Pavel Rychetský, bývalý předseda Ústavního soudu ČR, položil základy společnosti v roce 1992. Od té doby se kancelář rozrostla na více **než třicet advokátů** a koncipientů pod vedením dvou otců a dvou synů: JUDr. Tomáše Hlaváčka, JUDr. Zdeňky Krampery, JUDr. Davida Hlaváčka a JUDr. Ondřeje Krampery, LL.M. Kromě standardní občansko-právní, obchodní a trestněprávní agendy klade **AK Hlaváček & Krampera** důraz na správu majetku a právní služby pro oblast veřejné správy, pojišťovnictví, bankovníctví, dopravy apod. Mezi její klienty se řadí orgány státní správy, města Prahy a dalších obcí, největší české banky, pojišťovny a podniky. Někteří z nich jsou s nimi už od jejich začátku – nepřetržitě přes třicet let.



V MEDIALIZOVANÝCH SPORECH VYUŽÍVÁME ADVOKÁTY ZVYKLÉ VYSTUPOVAT VE VEŘEJNÉM PROSTORU A KOMUNIKOVAT S NOVINÁŘI.

využívání informací při zastupování jiného klienta, shodou okolností protistrany toho prvního. *“Bohužel se to děje. Klient pak má pocit, že se stává rukojmím svého advokáta, který toho na něj ví tolik, že to může začít zneužívat. Třeba tím, že začne pomáhat konkurentovi z oboru. Množství advokátních kanceláří je například schopno zastupovat jednoho klienta a vzápětí pracovat pro jeho protistranu.”* Proti takové praxi je třeba se bránit vhodnou volbou advokátní kanceláře. *“Dejte na instinkt. Je to člověk, od kterého si chci nechat ve své nejtěžší životní situaci pomoci? Lidé to většinou cítí na první dobrou,”* radí Hlaváček a doplňuje příklad z vlastní praxe: *“Máme zásadu, že když pracujeme s jedním klientem, už nikdy nespolupracujeme s jeho protistranou. To platí i v případech bývalých klientů. Můžeme tu tak pro ně být celý život.”* 