

UNIVERZITA KARLOVA

Právnická fakulta

Felix Bína

Profesní etika advokátů v České republice

se zaměřením na propagaci advokátů

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Tomáš Friedel, Ph.D.

Katedra: Politologie a sociologie

Datum vypracování práce (uzavření rukopisu): 27. 2. 2023

Prohlašuji, že jsem předkládanou diplomovou práci vypracoval samostatně, že všechny použité zdroje byly řádně uvedeny a že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 184 975 znaků včetně mezer.

V Praze dne 27. 2. 2023

Felix Bína

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Mgr. Tomáši Friedelovi, Ph.D., za jeho cenné rady při psaní této práce a také za vedení při semináři Profesní etika v právní teorii a praxi, díky kterému jsem se rozhodl věnovat se tomuto tématu. Bez jím projeveného úsilí zlepšit povědomí studentů Právnické fakulty Univerzity Karlovy o profesní etice právníků by tato diplomová práce velmi pravděpodobně nevznikla. Zároveň děkuji jeho kolegům, kteří se v rámci specifického vysokoškolského výzkumu vyjádřili k mé práci a poskytli mi užitečné tipy a připomínky.

Milou povinnost pro mě představuje poděkování mým nejbližším za jejich podporu, kterou mi (nejen) při psaní poskytli. Moc si jí vážím, a ještě jednou za ni srdečně děkuji.

Tento výstup vznikl v rámci projektu Specifického vysokoškolského výzkumu 2023 – Právníci a právo v mezioborové perspektivě – etické, enviromentální, ústavní a technologické souvislosti.

Obsah

SEZNAM ZKRATEK	6
ÚVOD	8
1. ETIKA	10
1.1. STRUČNĚ K POJMŮM ETIKA A MORÁLKA	10
1.2. DĚLENÍ ETIKY	11
1.2.1. <i>Deskriptivní etika</i>	11
1.2.2. <i>Normativní etika</i>	11
1.2.3. <i>Metaetika</i>	12
1.2.4. <i>Aplikovaná etika</i>	12
1.3. VYBRANÉ SMĚRY NORMATIVNÍ ETIKY	12
1.3.1. <i>Konsekvencialistická etika</i>	12
1.3.2. <i>Deontologická etika</i>	15
1.3.3. <i>Etika ctnosti</i>	16
1.4. JE MORÁLKA SUBJEKTIVNÍ?	17
2. PROFESNÍ ETIKA	21
2.1. PROFESNÍ ETIKA OBECNĚ	21
2.2. PROFESNÍ ETIKA ADVOKÁTA	26
2.2.1. <i>Proč je důležité se zabývat profesní etikou advokáta?</i>	26
2.2.2. <i>Kořeny advokacie ve starém Římě</i>	27
2.2.3. <i>Regulace advokacie v současnosti</i>	29
2.2.4. <i>Česká advokátní komora</i>	31
2.2.5. <i>Etický kodex ČAK</i>	33
2.3. PROFESNÍ ETIKA A SOUKROMÝ ŽIVOT ADVOKÁTA	35
2.4. VYBRANÁ JUDIKATURA K OTÁZCE ZÁVAZNOSTI PRAVIDEL PROFESNÍ ETIKY V RÁMCI SOUKROMÉHO ŽIVOTA ADVOKÁTA ..	36
2.4.1. <i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 13. 4. 2000, sp. zn. 8/00</i>	36
2.4.2. <i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 14. 3. 2014, sp. zn. K 69/2013</i>	37
2.4.3. <i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27. 6. 2013, sp. zn. K 26/2013, resp. rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK v téže věci ze dne 9. 1. 2014</i>	37
2.4.4. <i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 21. 5. 2010, sp. zn. K 123/2009</i>	38
2.4.5. <i>Rozsudek NSS ze dne 31. 5. 2004, sp. zn. 5 As 34/2003</i>	39
3. PRAVIDLA SOUTĚŽE V ADVOKACII SE ZAMĚŘENÍM NA PROPAGACI	41
3.1. STRUČNĚ K PROPAGACI	41
3.1.1. <i>Reklama</i>	41
3.1.2. <i>Public relations</i>	44
3.2. JAK SE (NE)MŮŽE ADVOKÁT PROPAGOVAT Z POHLEDU PRÁVNÍCH PŘEDPISŮ?	45
3.3. VYBRANÁ ROZHODNUTÍ TÝKAJÍCÍ SE SOUTĚŽE ADVOKÁTŮ	53

3.3.1.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 19. 3. 1999 sp. zn. K 298/98.....</i>	55
3.3.2.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 12. 12. 2014, sp. zn. K 33/2014.....</i>	56
3.3.3.	<i>Rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK ze dne 27. 9. 2013, sp. zn. K 116/2011</i>	57
3.3.4.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 20. 11. 1998 sp. zn. K 132/97 a K 139/98</i>	58
3.3.5.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 16. 11. 2012. sp. zn. K 100/2012 (zrušeno a vráceno odvolací kárnou komisí k dalšímu projednání dne 26. 9. 2013, přerušeno 14. 3. 2014)</i>	59
3.3.6.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27. 3. 2015, sp. zn. K 113/2014.....</i>	61
3.3.7.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 18. 1. 2016, sp. zn. K 123/2014.....</i>	63
3.3.8.	<i>Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 24. 8. 2021, sp. zn. K 128/2019.....</i>	64
3.4.	STRUČNÉ SHRNTÍ K ZÁKONNÝM PŘEDPISŮM A KÁRNÉ PRAXI: JAK BY SE ADVOKÁT NEMĚL PROPAGOVAT?	67
3.5.	MEZINÁRODNÍ SROVNÁNÍ PRÁVNÍ ÚPRAVY PROPAGACE ADVOKÁTŮ	68
3.5.1.	<i>Evropská unie.....</i>	68
3.5.2.	<i>Slovensko</i>	70
3.5.3.	<i>Německo</i>	72
	ZÁVĚR.....	74
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	78
	ABSTRAKT	83
	NÁZEV PRÁCE V ANGLICKÉM JAZYCE	84
	ABSTRACT	84
	KLÍČOVÁ SLOVA	85
	KEY WORDS	85

Seznam zkratk

Advokátní kárný řád	Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 244/1996 Sb., kterou se podle zákona č. 85/1996 Sb., o advokacii, stanoví kárný řád
Advokátní tarif	Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 177/1996 Sb., o odměnách advokátů a náhradách advokátů za poskytování právních služeb
Advokátní zkušební řád	Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 197/1996 Sb., kterou se vydává zkušební řád pro advokátní zkoušky a uznávací zkoušky
AP	Advokátsky poriadok Slovenskej advokátskej komory schválený konferenciou advokátov 11. júna 2021
BORA	Kodex chování advokáta (Berufsordnung für Rechtsanwälte)
BRAO	Spolkový zákon o advokacii (Bundesrechtsanwaltsordnung)
CCBE	Rada evropských advokátních komor (Conseil des barreaux européens)
Etický kodex ČAK	Usnesení představenstva České advokátní komory č. 1/1997 Věstníku ze dne 31. října 1996, kterým se stanoví pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky
Kodex CCBE	Etický kodex CCBE (Code of Conduct for European Lawyers)
LZPS	Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb. a ústavního zákona č. 295/2021 Sb.
NSS	Nejvyšší správní soud České republiky

Pakt	Mezinárodní pakt o občanských a politických právech
PR	Public relations
SAK	Slovenská advokátska komora
Úmluva	Úmluva o ochraně lidských práv a základních svobod
Ústava	Ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb., 515/2002 Sb., 319/2009 Sb., 71/2012 Sb. a 98/2013 Sb.
ZA	Zákon č. 85/1996 Sb., o advokacii
ZoA	Zákon č. 586/2003 Z. z. o advokácii
ZoR	Zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame

Úvod

Pokud se absolvent právnické fakulty vydá na jednu z pravděpodobných profesních cest a bude vykonávat některé ze zavedených právnických povolání, například advokacii, je nutné mít na zřeteli, že výkon těchto profesí s sebou nese odpovědnost. Dle mého názoru ovšem v rámci studia převládá zaměření na samotné znalosti, oproti otázce jejich používání v praxi. Tedy schopnosti nikoliv ptát se pouze na to, co potřebuji znát, ale také si klást otázku, jak bych se měl v rámci užívání těchto znalostí chovat. Osobně jsem proto rád, že jsem měl tu možnost navštěvovat seminář Profesní etika v právní teorii a praxi. Seminář mi pomohl si uvědomit, že je třeba se z pohledu výkonu budoucího povolání zaměřit nejen na dostatečnou úroveň odbornosti, ale i na samotnou morální odpovědnost, která je s výkonem právnických profesí spjata.

I díky tomu jsem se následně rozhodl, že v rámci své diplomové práce se zaměřím právě na tuto oblast. Z právnických profesí jsem zvolil advokacii, neboť jsem se s ní, oproti ostatním právnických profesím, měl možnost seznámit již jako student. Při bližším zkoumání profesní etiky advokátů mě následně zaujala otázka propagace advokátů. Prismatict čistě ekonomického úhlu pohledu je totiž advokacie podnikání jako každé jiné – cílem advokáta je mít dostatečný počet klientů, který v konečném důsledku přináší finanční zisk. Na advokáta jsou však kladeny mnohem vyšší nároky než na „běžného“ podnikatele. Ty zahrnují i možnosti, jak může advokát informovat veřejnost o poskytování svých služeb. Bez klientů není možné advokacii vykonávat, a pokud se advokát nechce spoléhat pouze na případné přidělení klientů ex offo, musí pro účely akvizice nových klientů činit kroky, které jsou ovšem právními předpisy, upravujícími výkon advokacie, do určité míry omezené.

Z pohledu koncipování konečné podoby této práce mi nicméně nepřišlo vhodné, abych se věnoval profesní etice advokáta bez základního seznámení se s etikou samotnou. Pokládám tedy za důležité věnovat první část mé práce otázce etiky a morálky. Ve stručnosti uvádím základní informace o tom, co je to etika a morálka, včetně dělení etiky na jednotlivé disciplíny. V případě normativní etiky potom dále zmiňuji tři základní teorie a její jednotlivé představitele, kteří nabízejí možné odpovědi na otázku, co je a není správné. Cílem této části mé práce je poskytnout čtenáři stručnou, nicméně koherentní, sumu informací, díky které si pod pojmem etika a morálka bude moci představit něco konkrétního. Zároveň by tyto informace mohly představovat vodítka, jak může čtenář přistupovat k jednotlivým eticky sporným situacím, které budou v textu zmíněny, především pak s ohledem na kárnou judikaturu. Na konci této kapitoly se věnuji otázce, zda je etika, respektive morálka, subjektivní či nikoliv. V této části textu využiji i vybrané poznatky z oblasti psychologie.

Od etiky se následně přesunu k samotné profesní etice, které se věnuje druhá část této práce. Její přečtení přinese čtenáři možnost porozumět tomu, kam lze v rámci obecné etiky zařadit profesní etiku a proč je důležité se jí zabývat, a to jak v obecné rovině, tak se zaměřením na výkon advokacie. V otázce advokacie pokládám za zajímavé zmínit skutečnosti, které souvisí se vznikem advokacie a jejími kořeny ve starověkém Římě. V tomto ohledu jsem se chtěl ve stručnosti zabývat původem této profese. Následně se věnuji současné regulaci advokacie u nás, včetně postavení České advokátní komory. V kontextu profesní etiky advokáta se potom na konci této části zamýšlím nad otázkou, kde profesní etika advokáta začíná a kde končí. Tedy zda se dotýká pouze samotného výkonu advokacie, nebo zda mají její pravidla přesah i do soukromého života advokáta.

V třetí části se věnuji, až na výjimku, kterou představuje obecné pojednání o reklamě a PR, pouze oblasti propagace advokáta. Nejprve ve stručnosti uvádím, co si lze pod pojmem propagace představit, především se pokusím zaměřit na to, proč je tématem této práce propagace advokáta a nikoliv reklama, jak by se mohlo nabízet. Následně přecházím k tomu, jak advokát (ne)může informovat veřejnost o své činnosti v souladu s právními předpisy a na základě jakých právních předpisů je taková činnost upravena. Zároveň se pokusím tuto právní úpravu zhodnotit z toho pohledu, zda je srozumitelně vypracovaná či jestli obsahuje nějaké nedostatky. Za velice podstatnou považuji judikaturou, která představuje další významný pramen práva v této oblasti. V tomto ohledu se zaměřuji především na ta kárná rozhodnutí, která se věnují často se opakujícím kárným proviněním nebo která jsou podle mého názoru díky svým právním či jiným okolnostem zajímavá. Na závěr k této části se také ve stručnosti zabývám regulací propagace advokáta v rámci Evropské unie a našich dvou sousedů – na Slovensku a v Německu.

Troufám si tvrdit, že téměř každý diplomant bojuje s tím, aby svou práci nepojal moc široce. Výjimkou nejsem zcela jistě ani já. Zároveň jsem si vědom limitů diplomové práce i mé úrovně dosavadního poznání, nicméně bylo mou snahou vyrovnat se s mým diplomovým úkolem tak, aby čtenář získal o zvoleném tématu dostatečný přehled. Věřím tak, že pokud si případný čtenář přečte tuto práci s cílem dozvědět se něco o Profesní etice advokátů v ČR se zaměřením na propagaci advokátů, získá dostatečnou a srozumitelnou sumu informací, která mu pomůže osvojit si základy této problematiky.

1. Etika

1.1. Stručně k pojmům etika a morálka

Pokud se chceme zabývat profesní etikou advokátů, bezesporu je třeba se na úvod věnovat samotnému pojmu etiky.¹ Cílem této práce však není pojmout etiku v celé její šíři, především pak s ohledem na široké filosofické aspekty tohoto pojmu. Taková snaha by jistě významně přesáhla rozsah této práce.

Tato kapitola, věnovaná etice, tedy bude jakousi zkratkou, nicméně důležitou, protože, jak bylo nastíněno v úvodu, je nutné seznámit se s konkrétními otázkami etiky tak, jak je vnímá filosofie, abychom je následně mohli zasadit do rámce propagace advokáta. Proto zde uvedu některé z rozšířených a obecně uznávaných eticko-filosofických směrů. Jejich, v některých ohledech odlišné, vidění morálky, by mohlo sloužit přinejmenším k zamýšlení nad případnými etickými otázkami či dilematy, které se mohou v oblasti profesní etiky advokáta vyskytnout.

Původ slova etika lze nalézt v řeckém slově *ethos*, které v překladu do češtiny znamená zvyk.² Mezi laickou veřejností pak může dojít k záměně etiky s pojmem morálka. Etymologii morálky najdeme v latinském *mós*, které znamená vůle. V kontextu tohoto překladu je myšlena vůle, která je vložena člověku bohy či vládci. V přeneseném významu tak hovoříme o zákonech či pravidlech obecně.³ Vedle slova *mós* potom najdeme etymologický základ morálky i v dalších latinských slovech – *moralis* nebo *móres*. Překlad těchto slov pak znamená obyčej či zvyk.⁴ Není tedy náhodou, že se významy slov *ethos* a *moralis* shodují. *Moralis* je totiž latinským překladem řeckého slova téhož významu.⁵

Etika se jako vědní disciplína zabývá právě morálkou. Tato skutečnost by mohla fungovat jako základní vodítko k rozlišení těchto dvou pojmů, jejichž význam by bylo možné snadno zaměnit. Morálka v tomto kontextu představuje soubor konkrétních norem chování, které jsou

¹ A to jak z etymologického, tak především významového pohledu.

² TUGENDHAT, Ernst. *Přednášky o etice*. Praha: Oikoymenh, 2004, s. 29.

³ ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. Praha: Academia, 2001, s. 17.

⁴ TUGENDHAT, Ernst. *Přednášky o etice*, s. 28–29.

⁵ *Ibid.*, s. 29.

společensky žádoucí.⁶ Etika se pak zabývá otázkou morálky komplexně, zaměřuje se na lidské jednání a jeho determinanty v objektivním měřítku.⁷

1.2. Dělení etiky

Etiku lze v rozdělit na čtyři dílčí disciplíny – deskriptivní etiku, normativní etiku, metaetiku a aplikovanou etiku.⁸ Každá z těchto disciplín nazírá na etiku z jiného pohledu, čemuž se budu věnovat v následujících podkapitolách.

1.2.1. Deskriptivní etika

Deskriptivní etika, jak už svým názvem napovídá, se zabývá popisem společenských pravidel a chování, která jsou ve společnosti obecně uznávána. Tedy úkolem deskriptivní etiky není definovat, co je a není správné, nýbrž popsat stav morálních hodnot v dané společnosti. Nenahlíží tak na hodnocení morálky čistě z filosofického pohledu, naopak je předmětem bádání i jiných humanitních věd právě na základě toho, že je jejím předmětem pouze popis dané situace ve společnosti.⁹ Tato funkce je nicméně velice důležitá, neboť bez vědomí toho, jak lidé reagují na různé skutečnosti, s ohledem na příslušné okolnosti a morální hodnoty, by další etické disciplíny nedisponovaly základem pro svou oblast bádání.¹⁰

1.2.2. Normativní etika

Oproti tomu úkolem normativní etiky je podrobit společenská pravidla a lidské chování kritickému hodnocení z pohledu toho, zda je takové pravidlo či jednání správné či špatné. Pro účely této práce se uchýlím k velkému zjednodušení, když celou problematiku normativní etiky shrnu shrnout jako hledání odpovědi na otázku, co je a není morálně správné. Na tuto otázku však neexistuje jedna správná odpověď. Normativní etiku lze rozdělit na tři základní teorie – konsekvencialistickou, deontologickou a etiku ctnosti.¹¹ Tyto tyto teorie liší tím, v čem spatřují hlavní motiv mravnosti jednání. Zároveň se dále dělí na mnoho směrů podle toho, na čem je založena validita mravnosti dobrého jednání, čemuž bude věnována pozornost dále v textu.

⁶ Tuto mravní hodnotu jednání lze nejjednodušeji rozlišit na škále dobré – špatné.

⁷ Zároveň je nicméně třeba upozornit, že v určitých částech této práce může z čistě praktických důvodů dojít k užití pojmu etika ve významu, který se spíše blíží pojmu morálky, a to především ve formě užití tohoto slova jakožto přídavného jména.

⁸ THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. Praha: Portál, 2004, s. 11–14.

⁹ Např. sociologie či antropologie

¹⁰ THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*, s. 11–12.

¹¹ HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*. Brno: Nugis Finem Publishing, 2022, s. 50–51.

1.2.3. Metaetika

Metaetika¹² se zabývá možnostmi etiky a jejího vyjádření. Pokud se normativní etika věnuje otázce, co je a není správné, metaetika se snaží pochopit, jakými způsoby lze tuto mravnost vyjádřit. Zmíněnými způsoby se pak myslí jazyk, argumentace či morální soudy, které mají určitou morální hodnotu. Předmětem metaetiky jsou tedy možnosti poznání – jakým způsobem lze etiku, respektive morálku vnímat a následně ji užívat v reálném životě.¹³ Jednotlivé oblasti metaetiky jsou pak zkoumány pohledem sémantickým, epistémickým a logickým.¹⁴

1.2.4. Aplikovaná etika

Aplikovaná etika se věnuje konkrétním praktickým otázkám lidské činnosti. Lze ji tak dělit různými způsoby, přičemž pro účely této práce je třeba zmínit dělení profesní (profesní etika právníků, lékařů, novinářů, psychologů atd.).¹⁵ Hlavním rysem aplikované etiky je tedy použití obecných etických teorií¹⁶ na konkrétní situace. Z tohoto pohledu nás aplikovaná etika bude, vzhledem k tématu této práce, zajímat nejvíce. Blíže se jí proto budu, prostřednictvím profesní etiky, věnovat napříč dalším textem.

1.3. Vybrané směry normativní etiky

V této kapitole navážu na výše zmíněné dělení normativní etiky na tři základní teorie – konsekvencialistická, deontologickou a etiku ctnosti. Záměrem této části je nabídnout základní informace o daných teoriích normativní etiky, aby bylo možné si pod těmito pojmy představit něco konkrétního. Zmíněné teorie normativní etiku představím na vybraných filosoficko-etických směrech.

1.3.1. Konsekvencialistická etika

Konsekvencialistická etika hodnotí správnost daného jednání na základě následků, které takové jednání vyvolá. Mravní hodnotu tedy spatřuje v tom, čeho bylo daným chováním docíleno. Tak například dle hédonismu¹⁷ je podstatou motivace lidského jednání honba za potěšením. Zakladatel tohoto směru, Aristippos z Kyrény, chápal slast jako nejvyšší dobro. Naopak strast je dle Aristippopa jediným zlem, přičemž cílem každého jedince by mělo být žít co možná

¹² Nebo také analytická etika.

¹³ SOBEK, Tomáš. *Právní etika*. Praha: Leges, 2019, s. 13.

¹⁴ HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 44.

¹⁵ Ibid., s. 44–45.

¹⁶ Srov. dále v textu.

¹⁷ Z řeckého slova *hédoné* = radost, slast

nejslastnější život,¹⁸ jehož součástí by mělo být i soustředění se na současnost, na „tady a teď“. Aristippos tedy radí nezabývat se minulostí a budoucností, neboť pouze přítomnost je pevně v našich rukou.¹⁹

Na tomto místě si lze jistě všimnout podobnosti s latinským rčením *carpe diem*²⁰, jehož autorem je básník Horatius.²¹ Toto rčení pak bylo používáno představiteli jiného směru normativní etiky, tzv. epikureismu, který nicméně na hédonismus navazoval.²² Jeho zakladatel a hlavní představitel, řecký filosof Epikúros, podobně jako hédonisté, považoval za hlavní motiv lidského jednání slast. Epikúros nicméně neviděl slast pouze jako momentální potěšení. V jeho vidění představovala slast konstantní hodnotu, která by nás měl provázet životem. Jde tedy o dlouhodobý stav fyzického a psychického klidu, který by měl být založen na rovnováze bez větších výkyvů ať už momentálních slastí či strastí.²³ Tato životní rovnováha je pak v odborné literatuře definována jako ataraxie.^{24 25}

Dalším významným směrem, který staví na konsekvencialistické teorii, podobně jako hédonismus nebo epikureismus, je utilitarismus²⁶ jehož hlavními představiteli byl Jeremy Bentham a jeho žák John Stuart Mill.²⁷ V případě utilitarismu je kritériem posouzení, zda bylo jednání morální či nikoliv, užitečnost jeho následků pro co možná největší počet lidí.²⁸ A pokud zůstanu u utilitarismu hédonistického, který představují právě Bentham a Mill, pak je takovým užitekem slast. Mill sám pak ve svém díle Utilitarismus hlavní myšlenku tohoto směru definoval

¹⁸ ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*, s. 24.

¹⁹ AELIANUS, Claudius. *Varia Historia*. XIV, 6. Thomas Basset. Do angličtiny přeložil STANLEY, Thomas v roce 1665. Dostupné na <http://penelope.uchicago.edu/aelian/>

²⁰ Do české jazyka lze přeložit jako „Užívej dne“.

²¹ HORATIUS. *Carmina*, 1. kniha, část XI. Dostupné v latině a anglickém překladu na <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.02.0025%3Abook%3D1%3Apoem%3D11>

²² Toto latinské rčení je nicméně mladší než Epikúros - zakladatel směru, ke kterému se vztahuje. Rčení tak užívali až následníci Epikúra z antického Říma.

²³ ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*, s. 24–25.

²⁴ *Ibid.*, s. 24.

²⁵ Z řeckého slova *a – tarasso*, kdy *tarasso* lze přeložit jako otřesený či znepokojený a předpona *a* znamená zápor. Tedy volně přeloženo jako neotřesený nebo neznepokojený.

²⁶ Z latinského *utilis* – vhodné, potřebné, užitečné.

²⁷ Utilitarismus samotný má totiž více směrů, přičemž utilitarismus hédonistický, který je založen na slasti a bolesti, je jedním z těch hlavních. Jako další lze zmínit utilitarismus preferenční, utilitarismus pravidel nebo utilitarismus činů.

²⁸ SOKOL, Jan. *Malá filosofie člověka a Slovník filosofických pojmů*. Praha: Vyšehrad, 2010, s. 347.

v tom smyslu, že „...jedinání je správné úměrně tomu, nakolik podporuje štěstí a naopak špatné tak, nakolik je jeho následkem opak štěstí...“.²⁹

Mezi největší výhody utilitarismu patří bezesporu skutečnost, že je relativně snadno pochopitelný. Průměrný jedinec je schopný se zamyslet nad následky svého jednání a prostřednictvím předporozumění³⁰ jej vyhodnotit tak, aby v jeho situaci došla ke stejnému závěru určitá část společnosti. Tím dochází k naplnění premisy, že takto aplikovaná morálka představuje soubor obecně uznávaných společenských pravidel.

Problémem takového přístupu je však otázka, jakým prismaťem budeme takové následky hodnotit.³¹ ³² Hlavní kritika utilitarismu spočívá v tom, že je extrémně náročný na zpracování veškerých empirických poznatků, na jejichž základě se jedinec rozhoduje k tomu či onomu jednání.³³ I kdyby byl daný jedinec schopen veškeré vstupní informace pojmout a zpracovat, je velmi důležité, jakým způsobem tyto poznatky vyhodnotí. Jak lze objektivně vyhodnotit míru užítku, který prožívá každý jedinec zvláště? Lze kvalitu jednotlivých prožitků oddělit a zhodnotit? Bude jedinec preferovat jednání, které přinese užitek pouze jemu samotnému, nebo se zachová tak, aby jeho jednání přineslo užitek většímu počtu lidí? Právě rozličnou snahou odpovědět na tyto otázky se utilitarismus rozdělil na více jednotlivých směrů, přičemž hlavní problémy popsané výše do určité míry přetrvávají.

Výčet směrů, u kterých bychom našli hédonistické základy, by byl daleko delší, než je pro účely této práce potřebné. Pro ilustraci tak můžu dále zmínit psychologa původem z českého Příbora Sigmunda Freuda. Dle něj je člověk hnán pudem života, který stojí na principu slasti a pudem smrti, který stojí na principu nirvány. Hlavní zaměření pudu života je sexuální – intimita a plození potomstva. Člověk zažívá neurotickou úzkost a morální úzkost, přičemž při morální úzkosti se obává pocitů viny, které vzbuzuje superego, což je dle Freuda nejvyšší a nejvyvinutější ze tří složek osobnosti. Freud dále tvrdí, že superego je morálním kompasem jedince, které dohlíží na ostatní části lidské psychiky.³⁴

²⁹ MILL, John Stuart. What Utilitarianism Is. In: *Utilitarianism* [online]. 1863 [cit. 19.11.2022]. Dostupné z: <https://www.utilitarianism.com/mill2.htm>

³⁰ Srov. dále v textu.

³¹ ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*, s. 33.

³² HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 56–57.

³³ Ibid.

³⁴ DRAPELA, Victor J. *Přehled teorie osobnosti*. Praha: Portál, 2011, s. 19–30.

1.3.2. Deontologická etika

Deontologická³⁵ teorie je další ze tří základních teorií dělení normativní etiky. Zatímco konsekvenzialistický přístup je založený na následcích jednání, deontologická etika stojí na povinnosti držet se v rámci svého jednání stanovených zásad, ze kterých není možné uhnout. Jako příklad si můžeme uvést povinnost nelhat. Dle deontologů by člověk neměl lhát za žádných okolností, bez ohledu na to, jaký následek bude takové konání mít. Patrně nejvýznamnějším představitelem deontologie je Immanuel Kant. Ten ve svém díle *Základy metafyziky mravů* hledá odpověď na zásadní otázku deontologie – jak vybrat, podle kterých zásad se má jedinec řídit?

Kant jako zásadního hybatele jednání vidí čistý rozum a pracuje zejména se dvěma pojmy – hypotetický a kategorický imperativ. Tyto imperativy Kant definoval jako příkazy rozumu, jejichž vykonavatelem je lidská vůle.³⁶ Hypotetický imperativ je příkaz založený na docílení určitého výsledku jednání.³⁷ Přitom není podstatné, o jakém úmyslu hovoříme.³⁸

Naproti tomu kategorický imperativ je příkaz nezbytný sám o sobě, bez ohledu na následky.³⁹ Kant jej přímo definuje jako apodiktický,⁴⁰ tedy nelze se od něj odchýlit, neboť pouze kategorický imperativ je dobrý. Je bezpodmínečný (na rozdíl od hypotetického imperativu), tedy je nutné se dle něj řídit za jakýchkoliv okolností, bez ohledu na možné následky. Obecný kategorický imperativ je pak dle jeho autora pouze jeden, přičemž právě od něj jsou odvozeny další zásady (maximy), dle kterých by se jedinec měl správně řídit - „*Jednej jen podle té maximy, o níž můžeš zároveň chtít, aby se stala obecným zákonem*“.⁴¹

Kritika tohoto Kantova „zákona“ se nabízí sama. Samotná obecnost kategorického imperativu totiž může představovat problém. Nemusí být zřejmé, jak se v konkrétních situacích zachovat.⁴² Nutí nás tedy přemýšlet, jaké jednání by bylo dobré samo o sobě, bez ohledu na následky. Případně zda takové jednání vůbec existuje. Jsem opravdu schopen jednat správně, aniž bych bral

³⁵ Z řeckého *deon* – povinný, závazný.

³⁶ KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*. Ladislav MENZEL, přel. [online]. Praha: Svoboda, 1990, s. 22 [cit. 27.11.2022]. Dostupné z: is.cuni.cz/studium/predmety/index.php?do=download&did=186423&kod=AFS100733

³⁷ Ibid.

³⁸ Tedy zda jde o něco obecně přijatelného nebo naopak zavrženíhodného.

³⁹ KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*, s. 22–24.

⁴⁰ Ibid., s. 23.

⁴¹ Ibid., s. 28.

⁴² HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 60–61.

v potaz následky svých činů? A chci se tak vůbec zachovat, když tuším, jaké následky to může přinést? Jaký má takové jednání smysl?

Tyto následky totiž mohou vést až k absurdním situacím. Tak například jedním ze základních pravidel odvozených od kategorického imperativu je bezpochyby skutečnost, že jedinec by neměl lhát, neboť by sám nechtěl, aby se lhaní stalo obecným zákonem. Kategorický imperativ je třeba dodržovat bez ohledu na následky, viz výše. Jak se má ovšem zachovat člověk, pokud mu u domovních dveří zazvoní vrah s otázkou, zda se u něj doma skrývá někdo, koho vrah pronásleduje s cílem jej usmrtit?^{43 44} Podle kategorického imperativu by člověk neměl lhát. Prismatem Kantovy etiky je tak jedinou správnou odpovědí říct pravdu. Je ale opravdu správné, říct vrahovi, kde se skrývá jeho budoucí oběť? Nebylo by z hlediska morálky dobré vrahovi pravdu neříct?

1.3.3. Etika ctnosti

Poslední základní teorií normativní etiky,⁴⁵ kterou bych zde rád uvedl, je etika ctnosti. Základem této teorie je zaměření na charakter člověka. Tím se liší od výše zmíněného konsekvencialistického, respektive deontologického přístupu. Ty se totiž věnují primárně samotnému jednání nebo jeho následkům a více či méně opomíjejí samotnou osobu toho, kdo koná.

Ctnost můžeme chápat jako duševní stav, který určuje naše jednání. Aristoteles ve své Etice Nikomachově pojednává o mravní ctnosti jako o stavu, který ovládá naše city a jednání, přičemž správné by mělo být hledání středu.⁴⁶ Tedy stavu mezi dvěma zly – nadbytkem a nedostatkem. Tyto veličiny dle Aristotela odporují správnosti, kdy „...*nadbytek jest chybou a nedostatek bývá kárán.*“⁴⁷

Dle Aristotelova učitele Platóna jsou hlavními ctnostmi moudrost, statečnost, uměřenost a spravedlnost.⁴⁸ Ctnost(i) lze získat pouze předchozím jednáním a získáním zvyku dle ní konat. Podle Aristotela sice může mít jedinec určité přirozené vlohy, člověk se nicméně se ctnostmi

⁴³ Autorem tohoto dilema je francouzský filosof Benjamin Constant.

⁴⁴ HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 59–60.

⁴⁵ *Ibid.*, s. 50–51.

⁴⁶ ARISTOTELES. *Etika Nikomachova*. Praha: Jan Laichter, 1937, s. 34–35.

⁴⁷ *Ibid.*, s. 35.

⁴⁸ PLATON. *Ústava*. Praha: Oikoymenh, 2001, s. 117.

nerodí, nýbrž je během svého života nabývá svým konáním a navykáním si na ně.⁴⁹ Tento návyk je pak důležité hodnotit i z hlediska vnitřního přesvědčení jedince k jeho konání, tedy jestli určitým způsobem jedná s libostí či nelibostí.

Pokud je důležité, že člověk získá ctnost(i) svým předchozím jednáním, pak neméně významné je, zda se tak chová i nadále. Pro etiku ctnosti tak morální způsob života představuje osvojení správných návyků a jejich následné dodržování s tím, že „dobrým“ se člověk stane, pokud ctnosti vykonává s libostí.⁵⁰ V tomto ohledu je klíčová svobodná vůle jedince, která by jej měla vést k tomu, aby se stál dobrým člověkem a tyto své nabitě ctnosti dále využíval.

1.4. Je morálka subjektivní?

Každý průměrný jedinec je na určité bázi schopen pracovat s pojmy dobro a zlo nebo spravedlnost a nespravedlnost, a tyto pojmy pak následně v běžné komunikaci používat, aniž by došlo mezi účastníky k nepochopení, co je daným pojmem myšleno. Tento jev definuje rakouský filosof Arno Anzenbacher jako předporozumění mravní skutečnosti.⁵¹ Díky tomu je, dle Anzenbachera, diskuze na téma mravnosti ve společnosti možná. Anzenbacher jako prvky předporozumění definuje následující:⁵²

- Mravní hodnocení – vlastnímu i cizímu jednání přikládáme mravní hodnotu. Na základě toho jsme pak schopni z pohledu morálky hodnotit i autory takového jednání.
- Svědomí – jsme schopni rozpoznat, co je dobré a špatné. Zároveň jsme si vědomi, že bychom měli konat dobré věci, a naopak se zdržet těch špatných.
- Dobrovolnost – jsme pány svého jednání a jsme schopni se rozhodnout, jakým způsobem (dobře či špatně) se zachováme.
- Odpovědnost – jsme schopni vysvětlit, proč jsme tak zachovali. Přičemž je třeba zmínit, že konání špatných věcí je a priori vždy jednání proti rozumu. Je totiž nemožné morálně ospravedlnit špatné jednání.
- Sociální zřetel – hodnocení jednání z pohledu morálky má sociální aspekt. Morální hodnotu jednání vztahujeme buď ke druhým nebo k sobě.
- Vlastní hodnota – jsme schopni vnímat, jakým způsobem nás vidí druzí na základě našeho jednání. Tedy pokud se chováme morálně špatně, naše úcta v očích druhých se sníží. Při našem jednání jsme tedy schopni vyhodnotit, zda a jak se takové konání dotkne naší sebeúcty a důstojnosti v očích druhých.

⁴⁹ ARISTOTELES. *Etika Nikomachova*, s. 26–27.

⁵⁰ *Ibid.*, s. 29.

⁵¹ ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*, s. 13.

⁵² *Ibid.*, s. 13–17.

Na tomto místě pak jistě stojí za úvahu se zamyslet nad tím, zda lze nalézt určité shodné morální prvky napříč odvětvími, sociální skupinami či dokonce kulturami. A tedy, zda je morálka a její vidění jako takové zcela relativní a váhu jednotlivému jednání dává společnost vzhledem k jejímu současnému nastavení nebo zda nalezneme určité průsečíky napříč celým světem.

Podle amerického psychologa Lawrence Kohlberga má vývoj morálky určité univerzální zákonitosti. Zároveň je tento vývoj sekvenční, kdy se morálka dělí do tří hlavních stádií, které na sebe navazují.⁵³ Jde o tzv. prekonvenční, konvenční a postkonvenční fázi. Jedinec v prekonvenčním stádiu svou morálku zakládá na základě obavy z trestu nebo možnosti získání odměny, uspokojuje především vlastní potřeby (v určitém smyslu tak jedná hédonisticky, jak jsem uvedl výše); v konvenčním stádiu se více soustředí na přijetí od ostatních, aby byl oblíben, za tím účelem tak více hledí na jejich zájmy (tedy jedná utilitaristicky), zároveň se však postupně vyvíjí k orientaci na dodržování práva, pořádku a respektování autority; v postkonvenční fázi si je jedinec vědom nezbytnosti dodržování společenské smlouvy, a je schopen vnímat i názory ostatních, což následně aplikuje za účelem dosažení konsenzu s tím, že vrcholem vývoje morálky je dle Kohlberga orientace na obecně principy spravedlnosti, vzájemnosti, rovnosti a respektu (například ve smyslu Kantova kategorického imperativu).⁵⁴ V konečném důsledku jsou však základní morální hodnoty obecné napříč kulturami.⁵⁵

Dle amerického psychologa Jonathana Haidta pak morálka není racionálním procesem,⁵⁶ ale je spíše procesem rychlým, intuitivním a spojeným s emocemi. Zprvu se morálně rozhodujeme „srdcem“ (emotivně), až poté přichází kognitivní zhodnocení situace. Haidt dále poukazuje na skutečnost, že člověk není schopen tuto prvotní emociální reakci vysvětlit. Podle něj je tak pouze iluze, že naše morální rozhodnutí je výsledkem komplexní racionální a kognitivní reakce, nýbrž

⁵³ Každé z těchto tří stádií se dále dělí na dvě. Celkově tedy hovoříme o 6 stupních vývoje morálky. KOHLBERG, Lawrence a Richard H. HERSH. Moral development: A review of the theory. *Theory Into Practice*. Routledge, 1977, roč. 16, č. 2. DOI: 10.1080/00405847709542675

⁵⁴ HEIDBRINK, Horst a Ondřej MÜLLER. *Psychologie morálního vývoje*. Praha: Portál, 1997, s. 72–73.

⁵⁵ KOHLBERG, Lawrence. Stages of moral development. *Moral education*. 1971, roč. 1, č. 51.

⁵⁶ Jak by se mohlo zdát díky výše předestřeným filosoficko-etickým teoriím, které morálku staví na základech racionálního jednání jedince – např. rozhodnutí pro slast v případě hédonismu.

jde o intuitivní proces. Ten je prvotní, až po něm následuje post hoc racionalizace jednání, jejímž cílem je legitimizace našeho automatického morálního úsudku.⁵⁷

S pohledem na morální hodnocení jako na nevědomé a automatické souzní celá řada novodobých teorií. Například autoři Teorie morálních základů na základě empirického výzkumu navrhuji pět základních morálních domén, které jsou platné pro všechny jedince. Těmi jsou:

- péče/ublížení (care/harm);
- férovost/podvádění (fairness/cheating);
- loajalita/zrada (loyalty/betrayal);
- autorita/podrávání (authority/subversion);
- čistota/zneuctění (sancity/degradation).⁵⁸

Každý člověk má tak různě rozvinuté jednotlivé morální domény, kdy se ukazuje, že toto rozvržení koreluje například i s politickými preferencemi. Liberálové kladou větší důraz na první dvě komponenty, zatímco konzervativci mají všech pět dimenzí více vyrovnaných.⁵⁹

Na závěr této části bych se vrátil ke Kohlbergovi a jeho rozdělení vývoje morálky na jednotlivé stupně s ohledem na výkon advokacie. V tomto duchu je totiž zajímavé se zaměřit na okolnosti, které ovlivňují, co advokát při výkonu své profese považuje za morální a co nikoliv. Z odborných studií, které se tomuto tématu věnovaly, vychází, že lze pozorovat rozdíl mezi rozhodováním advokáta při řízení před soudem a v rámci ostatní interakce mimo samotnou litigaci.⁶⁰

⁵⁷ HAIDT, Jonathan. The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*. US: American Psychological Association, 2001, roč. 108. DOI: 10.1037/0033-295X.108.4.814

⁵⁸ GRAHAM, Jesse et al. Chapter Two - Moral Foundations Theory: The Pragmatic Validity of Moral Pluralism. In: DEVINE, Patricia a Ashby PLANT, eds. *Advances in Experimental Social Psychology*. 47. Academic Press, 2013. DOI: 10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4

⁵⁹ GRAHAM, Jesse, Jonathan HAIDT a Brian A. NOSEK. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*. US: American Psychological Association, 2009, roč. 96. DOI: 10.1037/a0015141

⁶⁰ O'SULLIVAN, Joan L. et al. Ethical Decisionmaking and Ethics Instruction in Clinical Law Practice. *Clinical Law Review*. 1996, roč. 3, č. 1.

Při jednání před soudem se advokát rozhoduje ve smyslu konvenční úrovně morálky.⁶¹ Soustředí se na dodržování řádu a stanovených pravidel, tedy na právní předpisy, které se týkají dané kauzy a procesní stránky řízení s tím, že jeho soustředění na tato pravidla determinuje jeho rozhodování z pohledu toho, co je a není správné. Oproti tomu v ostatní interakci, například v rámci každodenní činnosti advokátní kanceláře, advokát upřednostňuje oproti rigidnímu dodržování pravidel orientaci na své vnitřní morální hodnoty. Autoři výše citovaného článku potom upozorňují na to, že klienti pozorují advokáty při práci primárně právě při soudním řízení. Tato skutečnost pak může do velké míry ovlivnit dojem, který si klienti na advokáty udělají. Klienti si tak mohou odnést nikoliv úplný náhled na jednání advokátů, když vidí jen jednu stranu mince, tedy chování advokáta před soudem bez toho, aniž by se mohli dostatečně seznámit s advokátovým pohledem na věc mimo soudní síň. Přitom právě mimo soudní řízení se spíše může projevit advokátova „lidská stránka“, která tolik nelpí na striktním dodržování nastolených pravidel a která více zapojuje vnitřní morální hodnoty daného jedince. Tento pohled na morální rozhodování advokáta potom můžeme vztáhnout i na oblast propagace advokáta, která zcela jistě nesouvisí s činností advokáta při soudním řízení. Morální hodnoty, kterými se advokát při této činnosti řídí, tak mohou být méně „konvenční“.

⁶¹ Výše jsem v poznámce pod čarou uvedl, že tři základní fáze Kohlbergova pojetí vývoje morálky se dále dělí na další dvě (pod)fáze, tedy celkově hovoříme o šesti stupních vývoje morálky. Advokáti se v tomto ohledu nacházejí na čtvrtém stupni.

2. Profesní etika

2.1. Profesní etika obecně

Pojem profese pochází z latinského slova *professio*, které znamená živnost nebo zaměstnání. Samotné lat. slovo *professio* má základ ve latinském *profiteri*, které se překládá jako veřejně prohlašovat či vyznávat.⁶² Ve vztahu k advokacii lze v tomto ohledu poukázat na skutečnost, že jedním z nutných předpokladů pro výkon advokacie, je složení slibu, přičemž tento akt je veřejnosti přístupný. Určitou paralelu mezi etymologickým významem slova profese a faktickým vstupem do advokátní profese tak lze nalézt například právě zde.

Jistý rozdíl lze vidět i u dvou českých synonym slova profese, kterými jsou zaměstnání a povolání. Pod pojmem zaměstnání si patrně většina vybaví práci jakožto činnost k zajištění prostředků pro život či zaměstnanecký poměr. Tedy situaci, kdy pro někoho pracujeme a naše činnost je závislá na pokynech takového zaměstnavatele. Zaměstnání tedy evokuje závislý vztah zaměstnanec – zaměstnavatel.

Povolání je v konečném důsledku a významu totožným pojmem, přesto lze říct, že zní o něco více vznešeně. Velmi pravděpodobně to souvisí s tím, že dotyčný je „povolan“ (k něčemu) nikoliv „pouze“ zaměstnán (něčím nebo někým). Takovéto „poslání“ pak nemusí znamenat pouhý zaměstnanecký vztah, ale může evokovat určité zapálení jedince pro danou pozici.

Pokud tvrdíme, že pojem povolání zní vznešeněji nežli slovo zaměstnání, stejně tak tomu bude u profese.⁶³ S tímto pojmem souvisí určité nároky na kvalifikaci či odbornost daného jedince, jejichž získání předpokládá vyvinutí adekvátního úsilí – např. vystudování vysoké školy. S nositelem dané profese – profesionálem – si lze vedle nároků na kvalifikace spojit i větší díl odpovědnosti, se kterou se výkon dané profese pojí. I proto můžeme u některých profesí nalézt jako jeden z předpokladů vstupu do profese také složení slibu jakožto znaku převzetí takové odpovědnosti.⁶⁴

Pokud bych se měl dále zaměřit na možné odlišení pojmu profese a zaměstnání, mohu například poukázat na skutečnost, že advokát primárně nevykonává svou činnost jako zaměstnanec.⁶⁵

⁶² REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. Voznice: Leda, 2001, s. 503.

⁶³ Přeci jen – Zaměstnanecká etika advokátů v České republice zní poněkud méně honosně nežli Profesní etika advokátů v České republice.

⁶⁴ Např. u advokátů, lékařů či architektů

⁶⁵ Byť je dle § 11 odst. 1 písm. c) ZA výkon advokacie v pracovním poměru jednou z možností.

Advokát by neměl dostávat pokyny, týkající se právních služeb, od nikoho jiného, než je jeho klient, pokud jsou tyto v souladu se zákonem a stavovskými předpisy.⁶⁶ Pro účely běžné komunikace nicméně stále platí, že profese, povolání a zaměstnání bereme jako synonyma, a tedy že jejich význam je totožný.⁶⁷

Již v první části textu jsem nastínil, že profesní etika je součástí tzv. aplikované etiky. Jak název sám napovídá, profesní etika se věnuje morálním úskalím té či oné profese. Zabývá se praktickými otázkami, se kterými se příslušník vykonávané profese může setkat. V tomto kontextu tedy mluvíme o aplikaci morálky na konkrétní případy. Smyslem profesní etiky není konstruovat úvahy o dobru a zlu, jak to dělá normativní etika. Nicméně, je třeba si zároveň uvědomit, že bez normativní etiky by bylo velmi obtížné věnovat se té aplikované. Právě aplikace obecných etických pravidel na danou problematiku je hlavním úkolem profesní etiky. Nejde ovšem pouze o aplikaci ostatních etických disciplín. Různé profese skýtají různá úskalí, která je třeba v praxi brát v potaz. V kontextu profesní etiky je také třeba, vedle filosoficko-etické části, nezbytně brát v potaz kulturní, sociologické, psychologické a další aspekty, které tvoří nedílnou součást profesní etiky daného povolání.⁶⁸

Proč bychom ale vlastně měli přikládat profesní etice daného povolání takovou váhu? Respektive, proč bychom její dodržování měli brát jako součást správného výkonu kterékoliv profese? Nejsou snad důležitější odbornost a umění daného profesionála, nežli to, zda se chová tak, je mu velí jeho profesní čest a etické normy?

„Celospolečenský význam profesních etik je v tom, že zabezpečují zodpovědnost příslušníků profesních skupin nebo povolání před společností (a samozřejmě před zainteresovanými skupinami) za to, že svoje osobní zájmy nebudou stavět nad zájmy profesní skupiny, ke které patří a které z pohledu její užitečnosti a opodstatněnosti jde především o pozitivní vnímání a akceptaci ze stran společnosti. Ignorování profesní etiky ze stran jejich „vykonavatelů“ vyvolává společenskou nedůvěru obecné i široké veřejnosti.“⁶⁹

⁶⁶ Srov. ust. § 16 odst. 1 ZA.

⁶⁷ Pro praktické účely si autor dovoluje upozornit, že i v textu této práce může dojít k užívání těchto slov v totožném významu, byť jsem si zároveň ukázali, že lze najít jisté drobné rozdíly mezi těmito pojmy.

⁶⁸ JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Ilona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*. Praha: Eurolex Bohemia, 2005, s. 17.

⁶⁹ JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Ilona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*, s. 17–18.

Profesní etiku bychom mohli chápat jako úpravu jednání jejího představitele v souvislosti s výkonem dané profese.⁷⁰ Nepřekročení pravidel profesní etiky by mělo zajistit, že pověst dané profese, jejíž je jednající členem, nedojde k úhoně. Nedotčena tak zůstane i důvěra společnosti v představitele dané profese. A byť se to na první pohled nemusí zdát jako důležité, důvěra společnosti v (obzvláště některé) profese je elementárním předpokladem k jejímu řádnému výkonu.

Pokud se tedy, byť sebelepší, profesionál nebude při výkonu své činnosti chovat „správně“, a v dlouhodobém horizontu nebude vykonávat svou profesi dobře, poškodí tím nejen sebe, ale i profesi jako takovou a také společnost, která jakožto klient požívá služeb dané profese.⁷¹ Tím se dostávám k otázce, jakým způsobem je profesní etika regulována.

V obecné rovině bych měl na prvním místě zcela určitě zmínit, že každý je pánem svého jednání, a tedy hlavním regulátorem by měl být člověk sám sobě.⁷² Podobný morální kompas nicméně mnohdy nebývá dostatečným determinantem chování člověka, nebo neodpovídá společensky přijatelnému jednání, v tomto případě chování člena dané profese. Tedy každý může mít jinou představu o tom, co je a není správné, což může v konkrétních situacích způsobit minimálně nedorozumění, v horších případech spor. Ten je třeba nějak objektivně vyřešit na základě obecně uznávaných pravidel. Proto je profesní etika předmětem i obecně závazných norem, které jsou vynutitelné.

Nejčastěji jsou jednotlivé profese a podmínky jejich výkonu upraveny právními normami. Tyto se ovšem zřídka kdy hlouběji věnují etické stránce věci a místo toho se zabývají úpravou vstupu do profese, evidenčním právním povinnostem, podmínkami kvalifikace atd. Nejde však o kritiku podobného nastavení. Byť zcela jistě najdeme v právních předpisech celou řadu elementárních a velice důležitých etických norem, bylo by přinejmenším neekonomické požadovat po zákonodárci, aby se věnoval podrobné úpravě etických standardů pro všechny zavedené profese.⁷³ Jednotlivé profese a její zástupci tak musí přijít s vlastní iniciativou, jejímž výsledkem

⁷⁰ V určitých případech i za hranicemi výkonu profese – v osobním životě apod., viz dále v textu.

⁷¹ Je například možné řádně zastupovat klienta jakožto advokát, pokud ten z důvodu špatné pověsti této profese nedůvěřuje svému advokátovi natolik, aby mu sdělil veškeré podstatné informace k věci?

⁷² ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*, s. 15., jako jeden z prvků předporozumění mravní skutečnosti – blíže Anzenbacher uveden výše a částečně i vybrané prvky předporozumění mravní skutečnosti výše v této práci.

⁷³ V některých státech ovšem můžeme narazit i na takovou úpravu. Srov. kap. 3.4.2. a slovenskou úpravu propagace advokátů v ZoA.

jsou nejčastěji vnitřní dokumenty,⁷⁴ které lze obecně nazvat etickými kodexy. Ty jsou nejčastěji výsledkem činnosti zástupců profese, kteří se mohou sdružovat za účelem sjednocení praxe daného povolání buď dobrovolně⁷⁵ nebo povinně. V druhém případě jde o naplnění zákonem dané povinnosti.⁷⁶

„Etický kodex...představuje souhrn základních etických pravidel a norem, respektování kterých zabezpečuje orientační minimum etiky v chování subjektů. Etický kodex vzniká jako určitá výslednice hledání optimálního etického chování subjektu, která má na jedné straně sloužit jako prevence proti různým druhům korupce, skandálům, poškozování zájmů apod. a na druhé straně jako morální standard, který by měl zabezpečit minimum etiky v chování či už osoby, profese, odvětví apod.“⁷⁷

Etický kodex tedy představuje určité standardy chování, a to jak ty obecné⁷⁸ tak i další, které lze vzhledem ke specifčnosti dané profese definovat jako odpovídající etické nároky. V teorii se potom rozlišují tři základní druhy etických kodexů – aspirační, výchovné a regulační.⁷⁹ Cílem aspiračního kodexu je přednést ideály chování, o které by jednotliví vykonavatelé profese měli usilovat. Výchovné kodexy slouží jako detailní návod s cílem naučit adresáty správnému chování vzhledem k dané profesi. Konečně regulační kodex, podobně jako ten výchovný, je také návodem k řádnému výkonu profese s tím, že na jeho základě je možné chování profesionála hodnotit a případně i sankcionovat. Vedle tohoto základního rozdělení lze potom určit i další důležité aspekty etických kodexů:

- funkce vzdělávací;
- příspěvní k vedení etických debat;
- etika jako stabilizační prvek;
- důvěra veřejnosti.⁸⁰

Jako první se nabízí vzdělávací funkce etických kodexů. Zejména uchazeči o vstup do profese by se mimo odborných schopností měli zaměřit i na etické aspekty daného povolání. Nicméně i profesionálové s mnohaletou praxí by se neměli vyhnout úvaze o nastolených etických

⁷⁴ V závislosti na druh profese, resp. takového dokumentu, méně či více závazné.

⁷⁵ Např. Soudcovská unie České republiky

⁷⁶ Např. Česká advokátní komora

⁷⁷ JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Ilona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*. s. 18.

⁷⁸ V kontextu Etického kodexu ČAK můžeme zmínit pojmy jako svědomitost, poctivost, čestnost nebo důstojnost.

⁷⁹ JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Ilona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*. s. 19.

⁸⁰ HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 176–177.

pravidlech, které se týkají jejich povolání.⁸¹ Najmě v situacích, kdy se napříč profesí vede diskuze nad právě chystaným etickým kodexem. Právě jejich zkušenosti mohou být v rámci debaty o závazných morálních pravidlech rozhodující a mohou tak ovlivnit finální znění etického kodexu. Mimo vzdělání tak etický kodex hraje důležitou roli i v samotné debatě na téma morálky.⁸²

Již výše jsem zmínil určitou nemožnost spoléhat se pouze na morální kompas každého jednotlivce v rámci dané společenské skupiny. Zároveň jsem uvedl, že takové vnitřní vodítko může mít každý více či méně rozdílné, což může v případném sporu dvou odlišných pohledů na morálku představovat problém. Etický kodex by tak měl mj. fungovat i jako jednotící prvek, který by měl případné rozdíly o tom, co je a není morální, eliminovat.⁸³

Pokud se daná profese rozhodne přijmout etický kodex, který zavazuje své adresáty k určitým standardům chování, lze očekávat, že společnost požívající služeb takovou profesí bude tuto skutečnost vnímat pozitivně, neboť přijatý etický kodex zvýší a zajistí úroveň jejího poskytování. Nota bene, pokud budou takový dokument a normy chování uvedené v něm vynutitelné pod hrozbou možné sankce. To vše povede ke zvýšení důvěry společností v danou profesi a její představitele. A že je důvěra společností velice důležitým komponentem při výkonu profese jsem nastínil výše.

Na začátku této kapitoly byla zmíněna povinnost složit v souvislosti se vstupem do advokacie, nebo i jiných profesí. Právě sliby (či přísahy) pak mohou obsahovat i odkaz na závazání se k dodržování profesní etiky, která je s výkonem konkrétního povolání úzce spjata.⁸⁴ Takový slib potom může být závazný nejen z pohledu morálky (profesionál složením slibu přebírá zodpovědnost za řádný výkon profese a zavazuje se jednat v souladu s hodnotami a pravidly dané profese), ale i práva.⁸⁵ Nesložením slibu znamená jednak nemožnost stát se členem profese a zároveň je jeho porušení možné právně sankcionovat.⁸⁶

⁸¹ JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Ilona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*. s. 20.

⁸² HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 175–176.

⁸³ FRIEDEL, Tomáš. Potřebujeme etické kodexy? In: SOBEK, Tomáš. *Právní etika*. Praha: Leges, 2019, s. 405–408.

⁸⁴ Např. 5 odst. 1 písm. j) ZA: „*Slibuji na svou čest a svědomí, že budu ctít právo a etiku povolání advokáta a chránit lidská práva...*“. Popř. § 8 odst. 9 písm. a) zákona č. 360/1992 Sb., o výkonu povolání autorizovaných architektů: „*Slibuji na svou občanskou čest a své svědomí, že jako autorizovaný architekt...a budu se vždy řídit profesní etikou architekta.*“

⁸⁵ O právní závaznosti profesních slibů lze nicméně polemizovat. Srov. HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*, s. 195.

⁸⁶ Byť je takové jednání spíše prohřeškem proti jinému vnitřnímu předpisu a provinění se proti složenému slibu je tak spíše subsidiárním jevem, který nebude hlavním předmětem případného řízení o takovém jednání.

2.2. Profesní etika advokáta

2.2.1. Proč je důležité se zabývat profesní etikou advokáta?

Každý člověk má ústavně zakotveno právo na soudní a jinou právní ochranu,⁸⁷ která je jedním z elementárních znaků demokratického právního státu. Tedy každý by se měl domoci toho, že bude spravedlivě na základě předem daných pravidel rozhodováno o jeho právech a povinnostech. V tomto kontextu je důležitý nejen nezávislý a nestranný výkon soudní moci, ale i řádný výkon profese advokáta, prostřednictvím něhož hájí klient svá práva. Přiznání práva na spravedlivý proces v teorii totiž neobstojí bez jejího reálného výkonu, kterého by se ovšem běžný občan z důvodu komplexnosti až složitosti našeho právního systému velmi často nebyl schopen domoci sám.

Z toho důvodu je nesmírně důležitá činnost advokáta. Každý má sice právo na spravedlivý proces a ochranu jeho zákonných práv, ale zdaleka ne každý je schopen se jich domoci vlastními silami. Drtivá většina veřejnosti tak otázku ochrany jednoho ze svých základních lidských práv svěřuje do rukou cizí osoby, která tuto činnost vykonává v rámci své profese za úplatu.

Pokud se má člověk v tak citlivé oblasti, jakou hájení jeho práv bezesporu je, obrátit na představitele profese, musí mít v takovou profesi dostatečnou důvěru. Na základě podložených skutečností by měl věřit, že představitel takové profese je schopen svou činnost vykonávat nejen s dostatečnou odborností, ale i odpovědností a v souladu s pravidly, jejichž cílem je ochrana zájmů klienta jakožto uživatele advokátních služeb. Právě jedním z hlavních úkolů profesní etiky advokáta by mělo být prostřednictvím předem daných pravidel, kterými jsou advokáti jakožto příslušníci své profese vázáni, přesvědčit veřejnost o tom, že mohou advokátům svěřit péči o svá práva.

Nedůvěra veřejnosti v advokátní profesi by totiž negativně ovlivnila nejen samotné advokáty, ale především právě veřejnost, která by nebyla schopna se dostatečně domoci svých práv. V případě pravidel profesní etiky advokáta jde tak o spojené nádoby, kdy na jedné straně zajišťují ochranu práv veřejnosti a na straně druhé umožňují řádný výkon advokáta, který si touto cestou vydělává na své živobytí.

⁸⁷ Zejména hlava pátá LZPS; čl. 4 a hlava čtvrtá Ústavy; čl. 6 Úmluvy; čl. 14 Paktu.

2.2.2. Kořeny advokacie ve starém Římě

Slovo advokát je odvozeno z latinského *ad vocare*, což znamená přivolat.⁸⁸ Z toho lze vyvodit hlavní charakteristický rys advokáta jako někoho, kdo je přivolán na pomoc svému klientovi. U latiny a starého Říma ještě krátce zůstanu. Právě v tomto období lze nalézt kořeny dnešních právnických profesí, včetně advokátů. Náplň činnosti tehdejších právníků⁸⁹ shrnul Marcus Tullius Cicero do tří oblastí – *agere* (žalovat, jednat), *cavere* (vyvarovat se) a *respondere* (odpovídat).⁹⁰

V rámci činnosti *agere* poskytovali právníci rady procesního charakteru týkající se tehdejšího soudního procesu, který byl vedený velmi formalisticky.⁹¹ Postupem času potom právníci začali svým klientům nejen radit, ale i rovnou je zastupovat před zmíněnými soudy.

Udílení rad, jak se vyvarovat případným soudním sporům (*cavere*) byla další z činností profesionálů, které lze označit za římské právníky. Ti tak nejčastěji poskytovali svým klientům rady, jak jednat v konkrétních situacích v souladu s právem, aby se co možná nejvíce minimalizovala možnost vzniku soudní pře, byli nápomocní s vypracováním závazných právních listin atd. Vzhledem k negramotnosti tehdejšího obyvatelstva právníci v tomto ohledu fungovali také jako písaři při vypracování případných právních listin (typicky kupní smlouvy, pacht, závěti apod.). I proto se postupem času této činnosti začali věnovat i neprávníci (písaři apod.).⁹²

Poslední činnost antického právníka (*respondere*) by se dala charakterizovat jako právní poradenství všeho druhu. Ve srovnání s *cavere* šlo o více obecnou činnost, kterou využívaly jak soukromé osoby, tak i osoby veřejného významu (např. soudci, úředníci). Šlo tedy o poradní činnost, která

⁸⁸ BĚLOVSKÝ, Petr. Profesionalizace právního stavu za římské republiky a císařství. In: SKŘEJPEK, Michal. *Právní stav a právní profese v minulosti*. Praha: Havlíček Brain Team, s. 42.

⁸⁹ V tomto případě je právníkem myšlen profesionál v oblasti práva, který nebyl součástí moci soudní. Zároveň nicméně nelze hovořit o advokátech v tom smyslu, jak tuto profesi definujeme dnes. Vymezení pojmu právník tak v kontextu starého Říma není snadné, neboť tehdy neexistovaly školy, po jejichž vystudování by se člověk dal jasně označit za právníka. Skřejpek proto hovoří o volné definice muže, který díky samostudiu získal takovou úroveň znalostí, aby následně mohl vystupovat před soudem, být sám autorem obecně uznávaných právních pravidel nebo o tehdejší právu napsal odborná pojednání. SKŘEJPEK, Michal, ed. *Právní stav a právní profese v minulosti*. Praha: Havlíček Brain Team, 2007, s. 15–16.

⁹⁰ BĚLOVSKÝ, Petr. *Profesionalizace právního stavu za římské republiky a císařství*, s. 36.

⁹¹ Bělovský mj. uvádí, že tuto činnost původně vykonávali tehdejší kněží. Právě ti měli znalost jak hmotného, tak procesního práva. Pokud se shodneme na tom, že jedním z charakteristických rysů činnosti dnešního advokáta je zastupování klienta před soudem, jsou právě kněží předchůdci současných advokátů.

⁹² BĚLOVSKÝ, Petr. *Profesionalizace právního stavu za římské republiky a císařství*, s. 36.

mohlo mít formální i neformální charakter.⁹³ Postupným vývojem nicméně *respondere* vyžadovala větší právní znalosti oproti *cavere*, které se stalo předmětem činnosti výše uvedených osob, které sice měly jisté právní povědomí, nicméně se spíše soustředily na sepisování listin, viz výše.⁹⁴ Jedním z možných výsledků této činnosti mohla být i tzv. dobrozdání (*responsa*), která bychom dnešní optikou mohli přirovnat k odborným stanoviskům, jež mohli klienti předkládat před soudem na podporu své argumentace. U renomovaných právníků mohla být *responsa* považována až za závazná, protože soudci mnohdy nechtěli těmto stanoviskům mnohdy odporovat, a v rámci sporu se tak řídili zde uvedenými právními názory.

Pokud se vrátím zpět k pojmu advokát, ti se ve starém Římě původně dělili na řečníky a právníky,⁹⁵ přičemž pokud bych měl rozdíl mezi nimi zjednodušit, šlo čistě o jejich přístup k obhajobě klienta před soudem. Řečník nemusel excelovat v činnosti *respondere*, nicméně jeho rétorické schopnosti byly na takové úrovni, že působily před soudem daleko přesvědčivěji, než pečlivě vystavěná argumentace kolegy advokáta-právníka. V extrémních případech mohlo jít při zdařilé spolupráci řečníka s jeho klientem až o divadelní představení, které bylo nicméně „právně efektivní“.⁹⁶

Toto rozdělení a odlišný přístup nicméně také znamenaly, že řečníci a právníci spolu postupem času začali spolupracovat. Právní znalosti řečníka totiž často skutečně nebyly na takové úrovni, aby mohl složitější případy sám komplexně právně pojmut. V takových chvílích mohl využít odborných služeb advokáta-právníka.⁹⁷

Na závěr této části pak jistě stojí za zmínku, že původně ve starém Římě nabízeli a poskytovali právníci své služby na veřejných místech (např. náměstí) a to bezplatně. Za kvalitu je ovšem třeba platit a postupem času začalo docházet ze strany klientů k odměňování těch lepších advokátů s cílem získat v případném právním sporu výhodu. Na to potom zejména v císařském Římě navázala profesionalizace advokátů, pro které se výkon této činnosti stal hlavním zdrojem obživy.⁹⁸

⁹³ Ibid.

⁹⁴ Ibid., s. 43.

⁹⁵ Ibid., s. 42.

⁹⁶ Ibid., s. 43–44.

⁹⁷ Ibid., s. 44.

⁹⁸ Ibid., s. 45–46.

2.2.3. Regulace advokacie v současnosti

Po historickém exkurzu ke kořenům advokacie se nyní dostanu k dnešním podmínkám, za jakých je advokacie u nás provozována. Alespoň ve stručnosti pro účely získání základního přehledu je totiž nezbytné se právní regulaci advokacie věnovat, pokud se dále v textu mám této oblasti, byť primárně z pohledu možností propagace, věnovat.

V současné době činnost advokáta na území České republiky upravuje primárně zákon č. 85/1996 Sb., o advokacii (dále jako „ZA“), přičemž dle ust. § 4 tohoto zákona je advokátem ten, kdo je zapsán v seznamu advokátů vedeném Českou advokátní komorou (dále v textu jako „ČAK“). Tato definice by nicméně nebyla celá bez následujícího paragrafu, který upravuje podmínky pro takový zápis. Mezi ty tak dle ust. § 5 ZA patří například svéprávnost, vysokoškolské vzdělání v oblasti práva, bezúhonnost, koncipientická praxe vykonávaná po dobu alespoň tří let, složení advokátní zkoušky, složení slibu a uhrazení poplatku ČAK. Ve smyslu ust. § 1 odst. 2 ZA se potom výkonem advokacie rozumí *„...zastupování v řízení před soudy a jinými orgány, obhajoba v trestních věcech, udělování právních porad, sepisování listin, zpracovávání právních rozborů a další formy právní pomoci, jsou-li vykonávány soustavně a za úplatu. Poskytováním právních služeb se rozumí rovněž činnost opatrovníka pro řízení ustanoveného podle zvláštního právního předpisu¹⁾, je-li vykonávána advokátem.“*

Výkon advokacie je u nás založen na tzv. liberálních principech. Ty bývalý předseda ČAK, a jeden ze spoluautorů Etického kodexu ČAK, JUDr. Karel Čermák, dr.h.c. definoval jako *„...právní nárok na přístup ke povolání pro každého, kdo splňuje jisté kvalifikační (právníké vzdělání) a mravní (bezúhonnost) předpoklady; výkon povolání na tržním principu, tedy v prostředí svobodného trhu a regulované soutěže; jistý stupeň vylučnosti odborných výkonů pro příslušníky povolání; a konečně stavovská samospráva vybavená pravomocí nad všemi příslušníky povolání.“⁹⁹*

Vedle klasického advokáta ZA pracuje i s pojmem evropský advokát.¹⁰⁰ Tím se rozumí fyzická osoba, která je *„...státním příslušníkem členského státu Evropské unie, smluvního státu Dohody o Evropském hospodářském prostoru nebo Švýcarské konfederace, anebo jsou státními příslušníky jiného státu a jsou v některém*

⁹⁹ ČERMÁK, Karel. Komora paternalistická nebo liberální? *Bulletin advokacie*. 2003, roč. 2003, č. 1.

¹⁰⁰ Srov. část třetí ZA. Evropského advokáta lze na základě ZA rozdělit na hostujícího evropského advokáta a usazeného evropského advokáta. Hlavním rozdílem je stálost výkonu evropského advokáta na území ČR a skutečnost, že hostující evropský advokát disponuje méně oprávněními týkající se výkonu advokacie než jeho usazený kolega, který je zapsán seznamu evropských advokátů vedeného ČAK. Pro účely zjednodušení může v rámci této práce dojít k užití pojmu advokát ve smyslu jak advokáta tuzemského, tak toho evropského.

z domovských států trvale usazení...“.¹⁰¹ Současně taková osoba musí disponovat oprávněním poskytovat právní služby v domovském státě. Na základě těchto podmínek je evropský advokát schopen vykonávat advokacii na území ČR, byť ne zcela v plném rozsahu, jako jeho tuzemský kolega.¹⁰²

Advokacie je vedle ZA regulována i dalšími právními předpisy. Je na místě tak zmínit podzákoné prameny práva – vyhlášky vydávané Ministerstvem spravedlnosti – zejména pak advokátní kárný řád, advokátní zkušební řád a advokátní tarif. Dalším zdrojem regulace výkonu advokacie je nepochybně i judikatura, a to jak ta klasická soudní, tak i kvazijudikatura, kterou jsou myšlena kárná rozhodnutí ČAK. Pokud zmiňuji činnost ČAK v souvislosti s tvorbou právních pramenů, zcela jistě je třeba uvést i stavovské předpisy ČAK. Mezi nimi pak hraje prim Usnesení představenstva České advokátní komory č. 1/1997 Věstníku ze dne 31. října 1996, kterým se stanoví pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky (dále jako „Etický kodex ČAK“),¹⁰³ a to především svým významem na výkon advokacie sám o sobě, když vedle ZA jako další významný právní pramen ohraničuje možnosti chování advokáta.

Při přeshraniční činnosti¹⁰⁴ v rámci Evropské unie, Evropského hospodářského prostoru, Velké Británie a Švýcarska¹⁰⁵ se na advokáta vztahuje i Etický kodex advokátů v Evropské unii (dále jako „kodex CCBE“), který přijala Rada evropských advokátních komor (dále jako „CCBE“). Účelem kodexu CCBE je sjednocení etických pravidel při této přeshraniční činnosti. Kodex CCBE nevyklučuje přijetí vlastní vnitrostátní právní regulace této oblasti. Etický kodex ČAK je v případě zmíněného zahraničního prvku v subsidiárním postavení ke kodexu CCBE.¹⁰⁶ Vedle kodexu přijala CCBE i další dokumenty týkající se výkonu advokacie na území uvedeném výše. Za všechny lze zmínit Chartu základních principů Evropské advokacie. Ta obsahuje deset

¹⁰¹ Srov. ust. § 2 odst. 1 písm. b) ZA

¹⁰² Srov. část třetí ZA a poznámka pod čarou výše.

¹⁰³ „Pravidla profesní etiky, obvykle nazývaná etickým kodexem...jsou nejdůležitějším stavovským předpisem pro advokáty.“
KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*. Wolters Kluwer, 2019, s. XV.

¹⁰⁴ Přeshraniční činností se rozumí: veškeré profesní kontakty s advokáty jiných členských států než státu původu; a profesní činnosti advokáta v jiném členském státě než ve státě původu bez ohledu na to, zdali je advokát fyzicky přítomen na území tohoto členského státu. Srov. čl. 1.5 kodexu CCBE.

¹⁰⁵ Dále v textu se v tomto kontextu pro ryze praktické účely uchýlím k zjednodušenému uvádění pojmů Evropa či EU, byť tím budou myšleny i EHS, Velká Británie a Švýcarsko.

¹⁰⁶ Srov. Čl. 2 odst. 2 „Pro mezinárodní činnost advokáta v rámci Evropské unie a Evropského hospodářského prostoru platí tato Pravidla subsidiárně k Etickému kodexu advokátů Evropské unie v platném znění.“

základních zásad, jejichž dodržování je nezbytné pro „...řádný výkon spravedlnosti, přístup ke spravedlnosti a právo na spravedlivý proces...“.¹⁰⁷

2.2.4. Česká advokátní komora

ČAK je zřízena na základě ZA¹⁰⁸ a jde o stavovskou organizaci¹⁰⁹ profesní samosprávy advokátů na území České republiky. ČAK je právnickou osobou veřejného práva, jejímž úkolem je výkon veřejné správy nad advokací. Její role je tak z hlediska regulace činnosti advokátů naprosto stěžejní. Ve vztahu k výkonu advokacie na území České republiky je členství v ČAK povinné – fyzická osoba se nemůže stát advokátem nebo koncipientem, aniž by nebyla zapsána v seznamu ČAK. Správa nad advokací je oddělena od státu,¹¹⁰ což zajišťuje nezávislost advokátů na státní moci. To je velmi důležité, neboť jde o jeden z hlavních pilířů řádného výkonu této profese. Může totiž dojít ke střetu zájmů klienta a státu. Pokud by se advokát z pohledu výkonu svého povolání zodpovídal primárně státnímu orgánu, mohla by být ohrožena jeho nezávislost a schopnost řádně hájit zájmy svého klienta.

Vedle dohledu nad dodržováním ZA disponuje ČAK dalšími pravomocemi, které vykonává skrze své orgány – těmi jsou sněm, představenstvo, předseda ČAK, kontrolní rada, kárná komise,

¹⁰⁷ CCBE. *Charta základních principů Evropské advokacie a Etický kodex* [online]. CCBE, 2008, s. 6 [cit. 03.02.2023].

Dostupné

z: https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/DEONTOLOGY/DEON_CoC/CZ_DEON_CoC.pdf

Dostupné

na

https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/DEONTOLOGY/DEON_CoC/CZ_DEON_CoC.pdf

¹⁰⁸ Srov. ZA, část šestá

¹⁰⁹ Pojem stavovské organizace, kterou ČAK představuje, definuje Čermák jako „...veřejnoprávní funkci při správě tobo či onoho povolání v rozsahu, v jakém demokratický stát tuto veřejnoprávní funkci na stavovskou komoru přenesl.“ Srov. ČERMÁK, Karel. *Komora paternalistická nebo liberální?*. Pokud jsme výše uvedli právo každého na soudní a jinou ochranu, respektive právo na spravedlivý a proces a významnou roli advokáta v jeho uplatnění, právě tato skutečnost představuje onu veřejnoprávní funkci demokratického státu, jejíž zajištění stát tímto způsobem částečně přenáší na stavovskou organizaci advokacie oddělenou od státní moci.

¹¹⁰ Byť stále existují oblasti advokacie, do kterých je předpokládán zásah orgánů veřejné moci. Zejména pak ministr spravedlnosti disponuje důležitými pravomocemi srov. část osmá ZA. Může například vystupovat v kárném řízení jako žalobce, podat návrh na zahájení řízení o vyškrtnutí ze seznamu advokátů nebo podat návrh na přezkum zákonnosti přijatého stavovského předpisu ČAK soudem. Ministr spravedlnosti hraje významnou roli i v procesu vstupu nových advokátů do ČAK, kdy vydává advokátní zkušební řád nebo jmenuje členy zkušební komise. Mimo ministra spravedlnosti vybrané právní akty ČAK podléhají přezkumu soudu.

odvolací kárná komise a zkušební komise. ČAK dále může zřizovat další poradní orgány na základě zmocnění ZA.^{111 112}

Sněm¹¹³ je nejvyšším orgánem ČAK. Právo účastnit se sněmu mají všichni advokáti. Vedle přijímání vybraných stavovských předpisů mezi hlavní pravomoci sněmu patří volba (a možnost odvolání) členů ostatních orgánů ČAK¹¹⁴ a projednávání a schvalování zprávy o činnosti těchto orgánů.

Představenstvo je výkonným orgánem ČAK.¹¹⁵ Představenstvo mj. spravuje majetek ČAK, svolává sněm rozhoduje vyškrtnutí ze seznamů advokátů a pozastavení výkonu advokacie, přijímá vybrané stavovské předpisy nebo ze svého středu volí předsedu a místopředsedy ČAK.

Předseda ČAK¹¹⁶ jedná jménem ČAK navenek. Dále mimo jiné svolává představenstvo ČAK, za určitých okolností rozhoduje o vyškrtnutí ze seznamů advokátů, pozastavení výkonu advokacie nebo určuje advokáta za účelem poskytnutí právní pomoci ve smyslu ust. § 18 ZA.

Hlavní činností kontrolní rady¹¹⁷ je dohled nad dodržováním ZA a dalších předpisů, které souvisí s výkonem advokacie.¹¹⁸ Takovému přezkumu podléhají orgány ČAK, její zaměstnanci, advokáti (včetně evropských advokátů) i koncipienti. Předseda kontrolní rady mj. v kárných řízeních proti advokátům vystupuje jako kárný žalobce.

Kárná a odvolací kárná komise¹¹⁹ vykonávají svou působnost v rámci kárných řízení. Projednávají kárné žaloby a zjišťují, zda došlo ke spáchání kárného provinění.¹²⁰ Výsledná rozhodnutí těchto kárných orgánů ČAK jsou pro advokáty a koncipienty závazná. Kárná řízení jsou soudně přezkoumatelná.

¹¹¹ Srov. ust. § 41 ZA

¹¹² Poradní orgány ČAK skutečně zřizuje – jsou jimi výbory a sekce. Jejich seznam je dostupný na <https://www.cak.cz/scripts/detail.php?id=8900>

¹¹³ Srov. ust. § 42 a 43 ZA

¹¹⁴ Vyjma předsedy ČAK

¹¹⁵ Srov. ust. § 44 ZA

¹¹⁶ Srov. ust. § 45 ZA

¹¹⁷ Srov. ust. § 46 ZA

¹¹⁸ Např. zákon č. 253/2008 Sb. o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu

¹¹⁹ Srov. ust. § 47 a 47a ZA

¹²⁰ Srov. ust. § 33 odst. 1 ZA, resp. § 35 odst. 2 ZA

2.2.5. Etický kodex ČAK

Etickým kodexům jsem v obecné rovině věnoval prostor výše v textu. Ve stručnosti lze zopakovat, že etickým kodexem se rozumí soubor základní pravidel chování, jejichž dodržování představuje minimální úroveň zachování pravidel etiky dané oblasti činnosti.

Etický kodex ČAK je jedním z nejdůležitějších stavovských předpisů ČAK a jako takový upravuje pravidla chování v rámci výkonu advokacie. Jeho vznik předpokládá ZA v ust. § 17, který zní následovně: „*Advokát postupuje zejména při výkonu advokacie tak, aby nesnižoval důstojnost advokátního stavu; za tím účelem je zejména povinen dodržovat pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže. Pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže stanoví stavovský předpis.*“

Na potřebu regulace pravidel profesionální etiky a pravidel soutěže, které Etický kodex ČAK představuje, mysleli již zákonodárci. Z pohledu ČAK je tedy jeho přijetí v podobě stavovského předpisu splněním zákonného předpokladu pro řádný výkon advokacie. Jako podtrhnutí významu Etického kodexu ČAK pro výkon advokacie u nás lze zmínit to, že jde o vůbec první stavovský předpis, který ČAK od svého ustavení v roce 1996 přijal.

Vedle ust. § 17 se zákon o advokacii věnuje etice advokáta také i v ust. § 16. Ten mimo jiné uvádí, že advokát by měl jednat čestně a svědomitě. Byť jde o celkem vágní ustanovení, je patrné, že zákonodárce tím stanoví alespoň základní rámec etického výkonu advokacie již v samotném zákoně,¹²¹ byť pro bližší úpravu odkazuje na stavovský předpis jakožto prováděcí právní normu.¹²² Zákonem daná povinná právní úprava pravidel profesní etiky advokátů v ZA a Etickém kodexu ČAK je důležitá i z důvodu závaznosti. LZPS stanoví,¹²³ za jakých okolností lze ukládat osobám povinnosti, přičemž tak lze učinit pouze na základě a v mezích zákona.¹²⁴ Právě ZA umožňuje ČAK přijímat stavovské předpisy, které mají pro advokáty, evropské advokáty a

¹²¹ „*Vtělení generální klauzule do obecně závazného právního předpisu stěžejního pro advokátní stav podle názoru kárného senátu vyjadřuje jednoznačně úmysl zákonodárce klást na advokáta jako znalce práva vyšší morální, etické i profesionální nároky než na běžného občana.*“ Srov. rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 18.1.2016, sp. zn. K 123/2014.

¹²² V konečném důsledku ohledně významu těchto slov samozřejmě primárně záleží na konkrétní situaci a jejich výkladu kárné komise či jiného příslušného orgánu. Případné porušení čestnosti či svědomitosti se navíc projeví v porušení některého z pravidel uvedených v Etickém kodexu ČAK. Podobně je tomu také v případě ust. § 17 ZA, který hovoří o snižování důstojnosti advokátního stavu. Tento výklad mohou vedle příslušných orgánů výše poskytovat i stanoviska, resp. sdělení představenstva ČAK. Ta sice nejsou ze zákona závazná, v praxi nicméně fungují jako autoritativní výklad daného ustanovení. Srov. KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. XXIV.

¹²³ Srov. čl. 2 odst. 3, resp. čl. 4 odst. 1 LZPS

¹²⁴ Za současného šetření základních lidských práv a svobod, viz ustanovení LZPS a poznámka pod čarou výše.

koncipienty¹²⁵ závazný charakter.¹²⁶ Dle Čermáka má Etický kodex ČAK čtyři základní funkce – ochranu spotřebitele, ochranu advokátního stavu, ochranu soutěžitele a ochranu veřejných zájmů.^{127 128}

Ochranu spotřebitele si lze vysvětlit jako zabezpečení ochrany zájmů klienta, které by mohly být ohroženy jednáním advokát v rozporu s těmito pravidly. S tím souvisí i ochrana stavu, která spočívá v zachování dostatečné úrovně důvěry veřejnosti ve skutečnost, že představitelé advokátní profese své služby nabízejí nejen s dostatečnou mírou odbornosti, ale i odpovědnosti. Pokud by se advokát choval v rozporu s těmito pravidly, ohrožoval by tím nejen své klienty, ale i své kolegy, kteří by se, lidově řečeno, mohli na takovém jednání reputačně „svézt“. S tím se pojí i ochrana veřejného zájmu. Ten jsem již zmínil výše v textu a týká se především schopnosti advokátů dostát své roli v oblasti práva každého na spravedlivý proces. Ochrana soutěžitele je potom mířena především na úpravu pravidel samotné soutěže advokátů, v rámci které advokáti navzájem vystupují jako konkurenti, co se nabídky právních služeb týká.¹²⁹

K funkcím Etického kodexu ČAK podle Čermáka¹³⁰ je třeba dodat, že sám autor poukazuje na skutečnost, že pravidlo uvedené v Etickém kodexu ČAK může mířit na ochranu více uvedených zájmů současně, přičemž je na rozhodnutí příslušných orgánů, který zájem byl případným jednáním v rozporu danou normou porušen či ohrožen.

¹²⁵ Ve smyslu závaznosti Etického kodexu ČAK pro uvedené představitel advokátní profese můžeme v textu, pro účely zjednodušení, přistoupit k užívání pojmu advokát, byť se uvedené může vztahovat i na koncipienty a evropské advokáty.

¹²⁶ Konkrétně jde o již zmíněný § 17 ZA, dále § 44 odst. 4 písm. b) ZA a § 53 odst. 3 ZA

¹²⁷ ČERMÁK, Karel. *Pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky text s komentářem JUDr. Karla Čermáka* [online]. Česká advokátní komora, 2000, s. 18. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/files/180/BA_00_Z1.pdf

¹²⁸ Pokud jsem se výše v textu zmínil o nezbytné důvěře, kterou musí veřejnost v advokacii mít, přijetí závazného stavovského předpisu upravujícího pravidla profesní etiky je jedním ze základních stavebních kamenů této důvěry a prostřednictvím toho i ochrany spotřebitele. Advokát je totiž vázán minimální úrovní etiky svého jednání v podobě Etického kodexu ČAK, přičemž v případě jednání v rozporu s ním mu hrozí postih.

¹²⁹ Vybraným otázkám ze soutěže advokátů se věnujeme v 3 části této práce.

¹³⁰ ČERMÁK, Karel. *Pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky text s komentářem JUDr. Karla Čermáka*, s. 18.

2.3. Profesní etika a soukromý život advokáta

Výše jsem uvedl, že pravidla profesní etiky jsou pro advokáta závazná. V návaznosti na tuto skutečnost je nicméně třeba si uvědomit, že těmito pravidly¹³¹ se advokát musí řídit nejen při samotném výkonu své profese, ale i mimo něj.

V textu již také byla zmíněna ust. § 16 odst. 2, resp. § 17 ZA, které na úrovni zákona zakládají etickou odpovědnost advokáta. Zároveň jsem řekl, že jde o relativně vágní ustanovení, které hovoří o pojmech jako svědomitost, čestnost nebo důstojnost advokátní profese.¹³²

Na tato ustanovení Etický kodex ČAK navazuje a dále je rozvádí, především v čl. 4 odst. 1 a 2 tohoto stavovského předpisu.¹³³ Hned v prvním odstavci čl. 4 Etického kodexu ČAK si lze všimnout, že stavovský předpis povinnost poctivého, čestného a slušného chování vztahuje na advokátovo jednání všeobecně. I vzhledem k dosavadní kárné i soudní judikatuře lze dojít k závěru, že se tímto zakládá advokátova povinnost chovat se dle těchto morálních norem nejen při výkonu profese, ale i ve svém soukromém životě. Druhý odstavec čl. 4 Etického kodexu ČAK v tomto ohledu na odstavec první navazuje, když se vedle všeobecného jednání advokáta zaměřuje na povinnost plnit závazky. V tomto kontextu jde potom o časté kárné provinění, kdy advokát není schopen tyto závazky, které nutně nesouvisí s výkonem advokacie, plnit. Blíže se této skutečnosti budu věnovat v judikatuře níže.

Než přikročím k samotné judikatuře, zmíním ještě související teoretický rámec, na jehož základě lze odpovědnost advokáta v soukromé sféře jeho života založit. V článku 19 odst. 2 Etického kodexu ČAK stojí, že „označení „advokát“ může advokát užívat i mimo výkon advokacie“. Kovářová a Sokol¹³⁴ pak poukazují na to, že mimo výklad judikatury je i samotné spojení článku 4 a článku 19

¹³¹ Tím jsou myšlena pravidla profesní etiky, která lze v povahy jejich obsahu směřovat i na soukromý život advokáta.

¹³² „Naplnit vyčerpávajícím způsobem obsah pojmu důstojnost advokátního stavu je stejně obtížné, ne-li nemožné, jako naplnit bezvýhradně obsah pojmu dobré mravy. Jistým vodítkem jsou v tomto směru v etickém kodexu zakotvená pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů, která doplňují a rozvíjejí výše zmiňovanou generální klauzuli, aniž by však její všeobecný rozměr jakkoli omezovaly. Jestliže tedy ust. čl. 4 odst. 1 etického kodexu ukládá advokátovi všeobecnou povinnost přispívat poctivým, čestným a slušným chováním k důstojnosti a vážnosti advokátního stavu, pak i drobná odchylka od takového chování může důstojnost a vážnost advokátního stavu naleptávat.“ Srov. rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 18.1.2016, sp. zn. K 123/2014

¹³³ Čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK: *Advokát je všeobecně povinen poctivým, čestným a slušným chováním přispívat k důstojnosti a vážnosti advokátního stavu.*

Čl. 4 odst. 2 Etického kodexu ČAK: *Advokát je povinen plnit převzaté závazky. Závazek nebo ručení za cizí závazek smí převzít jen tehdy, je-li si jist jeho splněním.*

¹³⁴ KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 13.

odst. 2 důkazem toho, že autoři tohoto stanovského předpisu zamýšleli přenést etickou odpovědnost na advokáta i mimo samotný výkon advokacie. Tento záměr potom potvrdil mj. i Nejvyšší správní soud České republiky (dále jako „NSS“), jak ukáží dále v textu.

Výše jsem se potom již několikrát věnoval důvěře veřejnosti v profesi advokátů. V kontextu uvedeného ustanovení v čl. 19 odst. 2 Etického kodexu ČAK je jistě pochopitelné, že pokud se advokát může označovat jako příslušník této profese mimo její výkon, je pro zajištění důvěry veřejnosti ve advokátní stav nezbytné na něj i v takových situacích vztáhnout pravidla profesní etiky, v souladu s nimiž bude advokát nucen se řídit. Z judikatury potom vyplývá ještě přísnější režim, kdy se pravidla profesní etiky na advokáta vztahují i v případě, že pod tímto označením v soukromých vztazích nevystupuje.

2.4. Vybraná judikatura k otázce závaznosti pravidel profesní etiky v rámci soukromého života advokáta¹³⁵

Kárné orgány ČAK výše uvedenou skutečnost potvrdily hned v několika svých rozhodnutích. Níže se proto budu věnovat vybraným rozhodnutím, která jsou pro tuto oblast profesní etiky advokáta významná, a to proto, že dostatečně ilustrují skutečnost, že advokát je vázán pravidly profesní etiky i mimo výkon svého povolání, s odkazem na již zmíněné první dva odstavce čl. 4 a především pak ten druhý, který se konkrétněji věnuje povinnosti advokáta plnit závazky. Právě neplnění závazků je častým kárným proviněním, kdy lze relativně jednoduše na základě okolností převzetí takového závazku podřadit pod soukromé aktivity advokáta, a nikoliv výkon jeho profese, což se pokusím ilustrovat níže prostřednictvím judikatury.

2.4.1. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 13. 4. 2000, sp. zn. 8/00

V tomto případě na sebe advokátka vzala dluh, který nebyla schopná splatit, byť několikrát věřitele ujistila, že tak učiní. Dle tohoto rozhodnutí se advokátka dopustila kárného provinění, když jednala v rozporu s ust. § 17 ZA, ve spojení s čl. 4 odst. 2 ČAK. Součástí rozhodnutí byla i

¹³⁵ Některá z uvedených rozhodnutí včetně odůvodnění, nebyla veřejně dostupná. Většinu se mi podařilo získat po komunikaci se zástupci ČAK v rámci neveřejných sbírek kárných rozhodnutí, které obsahovaly i odůvodnění jednotlivých kárných rozhodnutí. Některá se nicméně nepodařilo získat ani po komunikaci se zástupci ČAK. V tomto ohledu je tak nezbytné uvést, že v případě vybraných rozhodnutí bylo čerpáno nejen ze sbírek kárných rozhodnutí ČAK, nýbrž i z běžných vydání Bulletinu advokacie a komentáře k etickému kodexu, kde byla vybraná rozhodnutí uvedena. Výše uvedené se potom týká i kap. 3.3. této práce. Kárná rozhodnutí, u kterých bylo čerpáno primárně z komentáře k etickému kodexu nebo Bulletinu advokacie, budou v tomto smyslu označena v rámci poznámky pod čarou.

věta, dle které se pravidla profesní etiky vztahují i na činnost mimo výkon profese.¹³⁶ Za toto jednání byla kárně obviněná uložena pokuta ve výši 25 000 Kč.

2.4.2. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 14. 3. 2014, sp. zn. K 69/2013¹³⁷

Fakt, že lze pravidla profesní etiky vztahovat na skutečně velmi osobní záležitosti, které nesouvisí s výkonem advokacie, potvrdila kárná komise v právě v tomto rozhodnutí. Advokát se dle kárného senátu neplněním soudem uložené vyživovací povinnosti na jeho dvě nezletilé děti dopustil nečestného a nesvědomitého jednání a zároveň tak jednal rozporu s právními předpisy, konkrétně ust. § 17 ZA, ve spojení čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK. Tedy nejednal tak, aby svým jednáním přispíval k důstojnosti advokátního stavu. Za toto kárné provinění byla dotyčnému udělena finanční sankce ve výši 75 000 Kč.

2.4.3. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27. 6. 2013, sp. zn. K 26/2013, resp. rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK v téže věci ze dne 9. 1. 2014

Za nedostání svým závazkům, které nesouvisejí s advokátní činností, může být advokát v rámci své kárné odpovědnosti potrestán, což jsem ilustroval výše na příkladu rozhodnutí kárné komise výše. V tomto případě ovšem advokátovi nebyla udělena pokuta, nýbrž došlo k jeho vyškrtnutí ze seznamu advokátů.

Dotyčný advokát uzavřel jakožto dlužník smlouvu o půjčce, kterou neuzavřel za účelem výkonu advokacie ve smyslu § 1 ZA, přičemž ale svůj podpis na této smlouvě opatřil razítkem své advokátní kanceláře. Tím pádem vystupoval jako advokát ve smyslu § 19 odst. 2 ZA. Následně ovšem nebyl schopen dostát svým závazkům z této smlouvy, když nevrátil předmětnou půjčku ve smlouvě sjednaném termínu. Dluh nesplnil ani poté, co jej uznal.

Kárná komise ČAK ve svém rozhodnutí uvedla, že se tímto jednáním dopustil advokát kárného provinění, mj. v souvislosti s výkonem advokacie. Komise se dále rozhodla udělit poměrně přísné kárné opatření, kdy dotyčného vyškrtla ze seznamu advokátů ČAK. Kárně obviněný se proti tomuto rozhodnutí odvolal.

Odvolací kárná komise původní rozhodnutí zrušila, a to z toho důvodu, že nesouhlasila s právní kvalifikací. Odvolací kárná komise měla sice spáchaný skutek za prokázaný, nicméně dle jejího

¹³⁶ „Požadavek poctivosti a čestnosti advokáta v soukromoprávních vztazích se vztahuje i na jeho jednání mimo oblast jeho profesionální činnosti.“ Srov. rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 13. 4. 2000, sp. zn. 8/00.

¹³⁷ Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 14. 3. 2014, sp. zn. K 69/2013. *Bulletin advokacie* [online]. roč. 2015, č. 7–8, s. 87. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/komora/bulletin-advokacie/ba_78_2015_web.pdf

názoru nedošlo k provinění v souvislosti s poskytováním služeb advokáta, a to i přes to, že smlouva byla opatřena razítkem advokátní kanceláře, na kterém byl dotyčný označen jako advokát. Proto vydala nové rozhodnutí, dle kterého se dotyčný kárného provinění dopustil, aniž by přitom poskytoval služby advokáta, tedy v rámci svého soukromého života. Zároveň následně uložila stejné kárné opatření jako orgán první instance, tedy vyškrtnutí ze seznamu advokátů. Níže citace z uvedeného rozhodnutí odvolací kárné komise:

„Pravidla profesionální etiky v čl. 4 rozšiřují povinnost advokáta chovat se poctivě, čestně a slušně, a tak přispívat ke důstojnosti a vážnosti advokátního stavu, i na chování advokátů v běžném občanském životě. Podle čl. 4 odst. 2 je advokát povinen plnit převzaté závazky, přičemž závazek smí převzít jen tehdy, je-li si jist jeho splněním. Z tohoto ustanovení lze dovodit, že na advokáta jsou kladeny podstatně vyšší požadavky při vstupování do smluvních vztahů než na průměrného občana.“¹³⁸

2.4.4. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 21. 5. 2010, sp. zn. K 123/2009¹³⁹

I v tomto případě byl představitel advokátní profese dlužník, který řádně neplnil, a to i přes to, že existenci tří nesplacených pohledávek potvrdily i soudy. V tomto ohledu jde tedy v hrubých obrysech o podobná kárná provinění, která jsem uvedli výše. Toto rozhodnutí, respektive skutkové okolnosti věci, je nicméně zajímavé hned ze dvou důvodů.

Za prvé, nešlo o advokáta, nýbrž o advokátního koncipienta. Že jsou pravidla profesní etiky závazná i pro koncipienty, jsem uvedl v kapitole 2.2.5.¹⁴⁰ V tomto ohledu tak není zajímavá samotná skutečnost, že je řešena kárná odpovědnost koncipienta, ale především potvrzení, že přesah pravidel profesní etiky se dle kárné komise ČAK vztahuje i na koncipienty.

Za druhé, výše zmíněné dluhy, které nesouvisely s poskytováním služeb advokacie, vznikly ještě předtím, než byl dotyčný zapsán na seznam advokátních koncipientů.¹⁴¹ Stejně tak zmíněná soudní rozhodnutí potvrdila jejich existenci a dále uložila kárné obviněnému, aby příslušné částky zaplatit ještě předtím, než se stal dotyčný koncipientem. Kárně obviněný tedy dlužil a neplnil

¹³⁸ Dotyčný advokát podal proti rozhodnutí odvolací kárné komise nejprve žalobu, po jejím zamítnutí posléze i kasační stížnost k NSS. I zde ovšem neuspěl, když NSS kasační stížnost zamítl a potvrdil tak původní rozhodnutí kárných orgánů ČAK, srov. rozsudek NSS ze dne 26.2.2015, sp. zn. 10 As 166/2014.

¹³⁹ Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 21. 5. 2010, sp. zn. K 123/2009. *Bulletin advokacie* [online]. roč. 2010, č. 9, s. 73. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/ba_9_2010_web.pdf

¹⁴⁰ Srov. § 39 ZA: *Ustanovení § 16, 17, 17a, 21 a 29 se použijí pro advokátního koncipienta přiměřeně.*

¹⁴¹ Stejně tak zmíněná soudní rozhodnutí potvrzující existenci dluhů předcházela zápisu dotyčného na seznam advokátních koncipientů.

soudem uloženou povinnost ještě předtím, než se stál kárně odpovědným. Kárné komisi pak nevadila samotná existence těchto dluhů předcházející zápisu kárně obviněného do seznamu advokátních koncipientů ČAK, jako spíše skutečnost, že kárně obviněný se k jejich uhrazení neměl ani poté, co se koncipientem stal. V ten okamžik totiž svým nepoctivým jednáním ohrožoval důstojnost a vážnost advokátního stavu. Kárně obviněný byl tak shledán vinným, když porušil své povinnosti stanovené ust. § 17 ZA, ve spojení s čl. 4 odst. 1 a odst. 2 Etického kodexu ČAK. Za toto provinění byl následně kárně obviněný vyškrtnut ze seznamu advokátních koncipientů.

2.4.5. Rozsudek NSS ze dne 31. 5. 2004, sp. zn. 5 As 34/2003

Otázce, kde profesní etika advokáta končí, se věnoval i NSS, a to na základě kasační stížnosti kárně potrestaného advokáta. NSS mimo jiné potvrdil interpretaci § 17 ZA v tom smyslu, že se vztahuje nejen na výkon advokacie, ale i soukromý život jejího představitele:

„Pokud ustanovení § 17 zákona o advokacii ukládá advokátovi povinnost chovat se při výkonu svého povolání – advokacie určitým způsobem, pravidla profesionální etiky jej zavazují ke určitému chování nejen při výkonu advokacie, ale i v soukromé sféře, přičemž hlavním důvodem je ochrana advokátního stavu a ochrana veřejných zájmů.“

NSS dále vyslovil právní názor, že poctivost, čestnost a slušné chování jakožto obecné morální hodnoty, prostupují úpravu profesní etiky advokáta jako celek, včetně jeho soukromého života:

„Z těchto hledisek je třeba požadavky vymezené v čl. 4 odst.1 pravidel, tedy všeobecné požadavky na poctivé, čestné a slušné chování advokáta chápat jako generální skutkovou podstatu pokrývající pravidla v celé jejich šíři. Požadavek poctivosti, čestnosti a slušnosti platí tedy nejen pro výkon advokacie, ale i pro soukromý život advokáta, pro vztahy ke jeho soukromým věřitelům a dlužníkům, pro jeho projevy na veřejnosti, pro jeho chování ve společenském styku apod.“

Z výše uvedeného je tak patrné, že pravidla profesní etiky advokáta se skutečně vztahují i na oblast mimo výkon samotné advokacie. Především právní názor NSS je třeba brát v tomto ohledu za právně relevantní. Zároveň se ovšem nelze zcela zbavit otázky, zda ze strany soudu nedošlo k určitému excesu, co se výkladu tehdy účinného práva týká. Například tehdejší znění ust. § 17 ZA bylo poněkud odlišné. V nynější podobě, která vstoupila v účinnost 1.1.2021, zní začátek ust. § 17 ZA následovně: *„Advokát postupuje **zejména** při výkonu advokacie tak, aby nesnižoval*

důstojnost advokátního stavu; ... ¹⁴² Ve znění ust. § 17 ZA účinném do 31. 12. 2020 bychom ovšem slovo „zejména“ nenašli. Byť je v dalším znění předmětné ustanovení § 17 ZA totožné, a tedy tehdy i nyní v dalším odkazuje na stavovský předpis, přidání slova zejména má na výklad tohoto ustanovení významný vliv. Etický kodex ČAK tedy jakožto podzákoný předpis v minulosti rozšiřoval zákonem danou působnost pravidel profesní etiky advokáta, když jej v rámci svého čl. 4 odst. 1 obsáhl na všeobecné jednání a nechal tedy NSS prostor pro výše uvedený právní výklad. Nepasoval se pak NSS do role zákonodárce, když potvrdil působnost profesní etiky i mimo výkon povolání advokacie, pakliže s tím ZA v tehdy účinném znění přímo nepočítal (nebo alespoň nenechával tuto možnost otevřenou prostřednictvím slova zejména) a NSS dále v odůvodnění svého rozhodnutí argumentoval podzákoným právním předpisem, jehož autorem logicky není zákonodárce, a který tuto skutečnost, dalo by se říci z vlastní vůle, rozšiřuje?

Pohledem na současné účinné znění ust. § 17 ZA lze nicméně předpokládat, že zákonodárce s tou možností již počítá, respektive že možný opačný výklad byl zákonodárcem reflektován a zhojen tak, aby současný právní názor, kdy se povinnost advokáta jednat v souladu s pravidly profesní etiky prolíná i do jeho soukromého života, platil i nadále. Zároveň je třeba si uvědomit, že předmětné rozhodnutí NSS nebylo v minulosti Ústavním soudem ČR shledáno jako v rozporu s právními předpisy, co se zmíněného výkladu ZA a Etického kodexu ČAK týká.

¹⁴² Celé znění § 17 ZA lze nalézt v kapitole 2.2.5.

3. Pravidla soutěže v advokacii se zaměřením na propagaci

Ve třetí části této práce se zaměřím na možnosti propagace advokáta, s ohledem na stávající právní rámec této činnosti spolu s příslušnou judikaturou. Nejprve se ale ve stručnosti budu věnovat propagaci obecně. Stejně jako je nezbytné zabývat se etikou, pokud se chci věnovat profesní etice advokáta, je vhodné si alespoň v hrubých obrysech představit odborné marketingové pojmy, které budu v souvislosti s propagací advokátů dále v textu používat. Právní regulace propagace (reklamy) se potom vztahuje i na konkrétní činnost advokátů v této oblasti, i tu je tak třeba zmínit.

3.1. Stručně k propagaci

Pakliže hovořím o (marketingové) propagaci, z pohledu odborné literatury jde o tzv. komunikační mix.^{143 144} Ve stručnosti je hlavním cílem propagace přesvědčit spotřebitele o výhodách propagovaného produktu (zboží či služeb) a tím zvýšit zisk daného subjektu, který produkt nabízí.¹⁴⁵ Samotný název komunikační mix napovídá, že jde o směs více marketingových nástrojů. Těmi jsou reklama, osobní prodej, podpora prodeje, public relations a přímý marketing.¹⁴⁶ Z pohledu úpravy soutěže advokátů, které se budu věnovat v další kapitole, jsou pro nás důležité především pojmy reklama a public relations.^{147 148}

3.1.1. Reklama

Reklamu lze definovat vícero způsoby. Z pohledu odborné literatury jde o „*jakoukoliv placenou formu neosobní prezentace a komunikaci myšlenek, zboží nebo služeb identifikovaného sponzora.*“¹⁴⁹ Existují také zákonné definice reklamy, přičemž tu základní bychom našli v ust. § 1 odst. 2 zákona č. 40/1995, o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, která zní takto „*Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířené zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo*

¹⁴³ FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2011, s. 242.

¹⁴⁴ KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada Publishing, 2006, s. 105–107.

¹⁴⁵ FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*, s. 243.

¹⁴⁶ KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishing, 2007, s. 809.

¹⁴⁷ Využití zbylých tří nástrojů – osobního prodeje, podpory prodeje a přímého marketingu – je z důvodu právní regulace pravidel soutěže advokátů a judikatury ČAK v praxi velice složité využít tak, aby byly v souladu s výše uvedenými etickými normami práva, srov. text dále.

¹⁴⁸ Dále v textu budeme o reklamě a PR advokáta v souhrnu hovořit jako o propagaci. To se týká i možností propagace, kterou advokátovi výslovně přiznává část třetí Etického kodexu ČAK.

¹⁴⁹ KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*, s. 855.

využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky, pokud není dále stanoveno jinak.“

Při pohledu na obě definice je zřejmý rozdíl, kdy se v odborné literatuře hovoří o formě placené prezentace, zatímco v případě vymezení pojmu zákonem o regulaci reklamy není o úplatě řeč, tedy pomocí logického výkladu dojdeme k závěru, že může jít i o jednání bezúplatné. Zákon o regulaci reklamy se také v rámci předmětu své úpravy věnuje správněprávní odpovědnosti. Fyzické a právnické osoby se tak při porušení povinností vyplývajících z toho zákona mohou svým jednáním dopustit přestupku, přičemž dozor nad dodržováním zákona o regulaci reklamy vykonává hned několik orgánů.¹⁵⁰

Další definici lze nalézt v zákoně č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, který v rámci právní regulace ochrany soutěže hovoří o činnosti, která „...*souvisí s podnikáním nebo povoláním, sleduje podpořit odbyt movitých nebo nemovitých věcí nebo poskytování služeb, včetně práv a povinností,...*“¹⁵¹ Občanský zákoník také upravuje občanskoprávní odpovědnost související s reklamou.¹⁵²

Konečně, vymezení reklamy upravuje i zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, kdy v ust. § 2 ods. 1 písm. n) definuje reklamu jako „*jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.*“ Tato definice již zmiňuje podmínku činnosti za úplatu. V kontextu předmětu úpravy zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání tak v případě bezúplatného jednání nehovoříme o reklamě. Dalším rozdílem oproti výše zmíněným dvěma zákonným definicím je vypuštění podmínky podpory podnikání jakožto jednoho z charakteristických znaků reklamy.

V souvislosti s reklamou je třeba zmínit i trestněprávní odpovědnost, kterou upravuje zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník ve svém ust. § 248. Toto ustanovení se nicméně uplatní pouze v souladu se zásadou subsidiarity trestní represe a za předpokladu, že případná vzniklá újma vyjádřitelná v penězích přesáhla částku 100 000 Kč.

Mimo výše uvedenou právní regulaci disponuje reklama i samoregulačními mechanismy, bez ingerence státní moci. Patrně nejvýznamnější je v tomto ohledu Rada pro reklamu. Tento spolek byl založen v roce 1994 a jako soukromoprávní subjekt není nadán ukládat sankce za jednání,

¹⁵⁰ Srov. § 7 zákona o regulaci reklamy.

¹⁵¹ Srov. § 2977 OZ

¹⁵² Srov. Část čtvrtá, Hlava III, Díl 2 OZ – Zneužití a omezení soutěže.

kteřá jsou v rozporu se zákonem. Jeho hlavním cílem tedy není kontrola souladu reklamy se zákonem, nýbrž se zaměřuje na etické hodnoty, které by taková forma propagace měla dodržovat.^{153 154}

Členem Rady pro reklamu se mohou stát fyzické i právnické osoby.¹⁵⁵ Cílem Rady pro reklamu je přispět k tomu, aby reklama zveřejňovaná v rámci ČR dodržovala základní úroveň morálky a dobrých mravů. Za tímto účelem vydává vnitřní předpisy, které tuto úroveň definují.¹⁵⁶ Rada pro reklamu dále spolupracuje se státními orgány, které ze zákona vykonávají dozor v oblasti reklamy, ale především vyhodnocuje stížnosti jí zasláné prostřednictvím své Arbitrážní komise. Stížnost může formou písemného podnětu podat jakákoliv osoba, vyjma členů Arbitrážní komise nebo státního orgánu. Stížnost může být podána na jakýkoliv subjekt, tedy nikoliv pouze člena Rady pro reklamu. Cílem projednání stížnosti je posoudit, zda je či není v rozporu s Kodexem reklamy. Následně vydává Arbitrážní komise v souladu se svými vnitřními předpisy rozhodnutí v podobě nálezů. Z povahy právní úpravy formy Rady pro reklamu, která je spolkem založeným na dobrovolnosti, členství je ovšem problematická vymahatelnost takového nálezů.

Na základě článku VI odst. 1 Stanov Rady pro reklamu jsou členové povinni prosazovat nálezů Arbitrážní komise. Pokud by se i přes to rozhodly nález ignorovat a případnou závaznou reklamu dále zveřejňovali, hrozí jim pouze jediná sankce a to vyloučení z Rady pro reklamu. Nálezů jsou tak pro členy závazné do té míry, do jaké chtějí být členy tohoto spolku. Výše jsem uvedl, že stížnosti lze podávat i na subjekty, které nejsou členy Rady pro reklamu. Jedinou možnou sankcí, jakou v takových případech může spolek Rady pro reklamu podobnému subjektu udělit, je zveřejnění nálezů. V tomto ohledu má takový postih relevanci pouze reputační.

Rada pro reklamu se tak svou činností pokouší o etické zastřešení reklamy, a to mimo její zákonný rámec. Ten totiž morální vodítka týkající se této oblasti blíže neupravuje, když se zaměřuje především na její byznysový efekt a případný negativní vliv na obchodní konkurenty či hospodářskou soutěž jako takovou.

¹⁵³ WINTER, Filip. *Právo a reklama*. Praha: Linde Praha, 1996, s. 49.

¹⁵⁴ ROZEHNAL, Aleš. *Média, etika a právo*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2022, s. 178.

¹⁵⁵ *Stanovy Rady pro reklamu, z.s.* [online]. 2023. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=49172917&subjektId=742866&spis=328097>

¹⁵⁶ V tomto případě hovoříme především o Kodexu reklamy Rady pro reklamu. *Kodex reklamy Rady pro reklamu, z.s.* [online]. 2023. Dostupné z: <https://www.rpr.cz/download/rpr/kodex.doc>

3.1.2. Public relations

Public relations (dále jako „PR“)^{157 158} definuje odborná literatura jako „*Budování dobrých vztahů s různými cílovými skupinami pomocí příznivé publicity, budování dobrého „image firmy“, a odvracením či vyvracením fám, informací a událostí, které staví společnosti do nepříznivého světla*“.¹⁵⁹

Zatímco v případě reklamy lze říct, že jejím hlavním cílem je zaujmout případné spotřebitele ke koupi zboží či služeb, PR může být předmětem větší škály činností, jejímž hlavním cílem sice nemusí být přímá propagace produktu, nicméně jde o (ne)zamýšlený vedlejší účinek. Primárně tak jde o komunikaci produktu jinými způsoby než reklamou.¹⁶⁰ Partner advokátní kanceláře například může poskytnout rozhovor do médií na téma propírané kauzy. Jako vedlejší efekt ovšem propaguje touto činností svou advokátní praxi. Na stejné bázi funguje také vydávání odborných článků, aktivita na sociálních sítích, účast v profesní soutěžích, pořádání odborných či veřejně prospěšných akcí nebo i taková drobnost, jakou může být zajímavé zpracování webových stránek. Ostatně i poskytování advokátních služeb pro bono může leckdy vyznít jako akt sebepropagace.¹⁶¹

Účelem PR tedy není něco nabízet nebo prodávat. Jde o poskytování validních informací s cílem zvýšit povědomí veřejnosti o daném produktu, případně v něj vzbudit větší důvěru. Zároveň jde v případě PR o dlouhodobou strategii, jak oslovit případné spotřebitele. I v tom lze najít rozdíl oproti reklamě, jejíž dopad je většinou krátkodobý. Výhodou PR také je, že oproti reklamě nemusí působit „vlezele“. Může tak ovlivnit potenciální klienty, kteří se účinkům reklamy záměrně vyhýbají. Konečně i dobře vybudovaná pověst prostřednictvím PR může mj. pozitivně zapůsobit na vnímání reklamy. A naopak, dlouhodobě špatná image velmi pravděpodobně negativně ovlivní případnou reklamní kampaň, byť sebenákladnější.¹⁶²

¹⁵⁷ Do češtiny lze přeložit jako *vztahy s veřejností*.

¹⁵⁸ Dále v textu také jako „PR“.

¹⁵⁹ KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*, s. 888.

¹⁶⁰ Kotler k tomuto uvádí, že PR může mít významný vliv na veřejné mínění, a to za vynaložení podstatně nižších nákladů, než je tomu zapotřebí i klasické reklamy. Ibid., s. 889.

¹⁶¹ Poskytování advokátních služeb pro bono lze podřadit pod službu veřejnosti, kterou Kotler uvádí jako jeden z nástrojů PR. Ibid., s. 890. Jako určitou formu propagace lze pak činnost pro bono hodnotit i na základě skutečnosti, kdy rámci profesní soutěže Právník roku, kterou pořádá ČAK spolu s epravo.cz, je možné získat ocenění mj. v kategorii PRO BONO.

¹⁶² FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*, s. 308–310.

3.2. Jak se (ne)může advokát propagovat z pohledu právních předpisů?

Výše jsem se věnoval základním informacím o reklamě a PR, na základě kterých lze tyto pojmy definovat. Etický kodex ČAK, který primárně upravuje možnosti propagace advokátů, nicméně takto pregnantní v používání marketingových pojmů není. Etický kodex ČAK sice pracuje s pojmy jako publicita, reklama nebo nabídka poskytnutí právních služeb, významově ovšem tyto termíny z hlediska jejich úpravy právě v Etickém kodexu do značné míry splývají.¹⁶³

Než přejdu k úpravě propagace advokátů z pohledu profesně etických pravidel, je třeba zmínit, že advokáti jsou vedle níže uvedeného vázáni i obecnou právní úpravou. Tedy při činnosti související s jejich propagací je třeba nezapomenout především na občanskoprávní a trestněprávní odpovědnost advokátů. S ohledem na profesně etické zaměření této práce se nicméně zaměřím především na stavovskou úpravu propagace.

Propagace advokátů je z pohledu etiky upravena především ve třetí části Etického kodexu ČAK. Mimo to je jako další činnost advokáta předmětem úpravy ZA a Etického kodexu ČAK jako celek. Provázání ZA a Etického kodexu ČAK ve smyslu obecných profesně etických pravidel jsme se již věnoval, níže v textu se tedy této návaznosti nebudu blíže zabývat a přejdu rovnou k ustanovením upravujícím propagaci advokátů. S ohledem na zaměření této práce mě budou konkrétně zajímat vybrané oddíly z části třetí Etického kodexu ČAK.¹⁶⁴

Přes veškeré funkce, které advokacie plní, bychom neměli zapomínat na skutečnost, že jde také o podnikání,¹⁶⁵ jehož cílem je zisk. Aby mohl advokát vykonávat svou profesi, musí mít klienty. Ty ovšem musí nějak získat. Konkurence na trhu advokátních služeb je přitom relativně vysoká,¹⁶⁶ veřejnost totiž není v rámci možnosti výběru odkázána pouze na několik advokátních kanceláří. Cílem advokáta jako každého podnikatele je vést svůj byznys tak, aby byl schopen se uživit. Není proto složité pochopit, že záměrem advokátů je zajistit si dostatečný počet klientů, aby bylo jejich podnikání udržitelné. Správně zvolená forma propagace může advokátovi v rámci soutěže s ostatními poskytnout konkurenční výhodu a zajistit dostatek klientů, stejně jako potenciálním

¹⁶³ „Patrné ani není, proč byly užity různé pojmy, když se zdá, že ve skutečnosti jde o jediné: o způsob, jak advokát nabízejí či smí nabízet své služby veřejnosti.“ KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 192.

¹⁶⁴ Jde o oddíl první, třetí a pátý části třetí Etického kodexu ČAK.

¹⁶⁵ Že lze výkon advokacie označit za podnikání je patrné hned z několika ustanovení ZA nebo Etického kodexu ČAK – srov. např. § 13 odst. 3, resp. § 15 odst. 1 ZA nebo článek 4 a 21 Etického kodexu ČAK.

¹⁶⁶ Ke dni 4.1.2021 ČAK evidoval 12 267 aktivních tuzemských advokátů. Přehled počtu advokátů a advokátních koncipientů v rámci ČAK k 4.1.2021. In: *cak.cz* [online]. 29. 1. 2023. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/priloha_3_2021_01.pdf

klientům usnadnit přístup ke kvalitním odborníkům. Pro běžnou osobu totiž může být orientace mezi různými specializacemi práva nelehkým úkolem.

Advokát ovšem není v pozici běžného podnikatele. V otázce výkonu své profese je vázán pravidly, která jdou nad rámec obvyčejného podnikání, což postuloval i NSS.¹⁶⁷ Tato pravidla se potom vztahují i na soutěž advokátů. Výše v textu jsem již zmínil, že pravidla soutěže upravuje především část třetí Etický kodex ČAK. Jejím hlavním cílem je regulace zachování etických hodnot v rámci soutěže advokátů. S tím souvisí ochrana spotřebitele před nepravdivými informacemi, ochrana zachování důstojnosti advokátního stavu a obecné zajištění regulérnosti soutěže advokátů.¹⁶⁸

Čl. 19, kterým začíná zmíněná třetí část Etického kodexu ČAK, zní následovně:

(1) V zájmu klientů i soutěžitelů postupuje advokát v soutěži s ostatními advokáty poctivě. K soutěžním účelům zejména nepoužívá údaje vědomě nepravdivé, klamavé nebo snižující jiného advokáta. Pro účely tohoto ustanovení je klamavým údajem každý údaj, který může vzbudit neoprávněné očekávání o výsledcích, jichž je advokát schopen dosáhnout, nebo pochybnost o tom, že výsledku bude dosaženo prostředky v souladu se zákony a stavovskými předpisy.

(2) Označení „advokát“ může advokát používat i mimo výkon advokacie.

(3) Při soutěži postupuje advokát v souladu s právními předpisy upravujícími hospodářskou soutěž.

Čl. 19 jakožto jediný článek oddílu prvního části třetí Etického kodexu ČAK se věnuje všeobecným ustanovením, která se vztahují na soutěž advokátů jako celek. Advokát musí dle tohoto článku v soutěži s ostatními advokáty jednat poctivě, zejména by se měl zdržet užívání vědomě nepravdivých, klamavých nebo jiné advokáty snižujících údajů. Klamavým údajem se rozumí údaj vzbuzující neoprávněné očekávání o výsledcích, kterých by advokát v rámci poskytování svých služeb mohl dosáhnout.¹⁶⁹ Advokátovi je dále umožněno používat označení

¹⁶⁷ „Dle ustanovení § 17 zákona o advokacii se advokáti, jako příslušníci této profese, dobrovolně podřizují pravidlům etického chování, která jdou i nad rámec požadavků, stanovených právními normami pro ostatní subjekty práva. Některá z těchto pravidel se prosazují *expressis verbis* do textů právních norem (např. povinnost zachovávat mlčenlivost), jiná jsou součástí psaných či nepsaných kodexů (srov. např. Etická pravidla Rady evropských advokátních komor – CCBE, přijatá dne 28. 10. 1988).“ Srov. rozhodnutí NSS ze dne 31.5.2004, sp. zn. 5 As 34/2003.

¹⁶⁸ KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokátů: komentář*, s. 159.

¹⁶⁹ Tato část ustanovení tedy míří zejména na ochranu spotřebitele, který v nerovném postavení vůči advokátovi. Spotřebitel totiž nemusí být schopen rozpoznat, zda advokát uvádí nepravdivé či nereálné skutečnosti, kterých není možné v souladu se zákonem dosáhnout.

advokát i mimo výkon advokacie a zároveň si musí v rámci soutěže počínat v souladu s právními předpisy upravujícími hospodářskou soutěž.

Zatímco třetí odstavec čl. 19 je spíše deklaratorního charakteru, neboť advokát je takovými zákonnými pravidly¹⁷⁰ vázán nehledě na ustanovení ve stanovském předpisu ČAK, možnost uvádět označení advokát i mimo výkon této profese je z hlediska jeho propagace velice důležitá. Již výše v textu jsem nastínil, že pravidla profesní etiky se na advokáta vztahují i mimo výkon jeho profese. Některé nástroje propagace potom s poskytováním advokátních služeb nesouvisí. Advokát tak může v rámci reklamy a PR užívat označení advokát, nicméně stále musí jednat v souladu s pravidly profesní etiky.

Bližší se jednotlivým možnostem propagace advokáta věnují články 25 a 26 v oddílu třetím části třetí Etického kodexu ČAK, přičemž z hlediska jejich obsahu je vhodné je rozebrat dohromady. Právě na tomto místě totiž dochází k situaci, o které již hovořil – totiž k poněkud matoucímu použití pojmů souvisejících s marketingem.

Článek 25 nadepsaný jako Publicita zní následovně:

„Advokát má právo informovat veřejnost o poskytovaných službách za předpokladu, že jsou tyto informace přesné, nejsou klamavé a respektují povinnost mlčenlivosti a další základní hodnoty advokacie.“

Článek 26 nadepsaný jako Reklama zní následovně:

„Osobní publicita advokáta v médiích jako tisk, rozhlas, televize, elektronická komerční komunikace nebo jiná média se povoluje, pokud jsou splněny podmínky čl. 25.“

Pokud bychom se v textu vrátili zpět k části věnované reklamě a PR, zjistili bychom, že obsah článku 25 odpovídá spíše definici reklamy a článek 26 naopak PR. V rámci Etického kodexu ČAK jsou ovšem tyto pojmy zaměněny.¹⁷¹ Z obsahu článku 25 je patrné, že spíše než na PR směřuje na regulaci reklamy advokátů. Pokud jsou totiž obsahem takového oznámení informace o poskytovaných službách,¹⁷² jde o oznámení, jehož cílem je přímá podpora podnikání advokáta, což spadá pod definici reklamy, kterou jsem si uvedl výše. Článek 25 také poskytuje doplňující informace, když uvádí, že takové jednání nesmí být klamavé a musí být v souladu s dalšími

¹⁷⁰ Zde můžeme odkázat např. na občanskoprávní a trestněprávní odpovědnost, které byly uvedeny výše v textu.

¹⁷¹ Za předpokladu, že si pod pojem PR subsumujeme pojem publicita. Srov. FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*, s. 309.

¹⁷² Tedy například na jakou oblast práva se advokát specializuje, kde služby poskytuje nebo za jakou cenu.

základními principy advokacie. I bez uvedení těchto skutečností v čl. 25 by se advokát těmito zásadami řídit musel, neboť mu je ukládají jiná ustanovení v rámci Etického kodexu ČAK či jiných právních předpisů.¹⁷³ Jde tak spíše o ustanovení deklaratorní, podobně jako v případě čl. 19 výše.

Článek 26 obsahově upravuje PR možnosti advokáta, byť je nadepsaný jako Reklama. Článek totiž upravuje osobní publicitu advokáta v médiích, což v praxi znamená činnost advokáta, kterou na první pohled neinzeruje svou advokátní praxi, nicméně samotnou vykonávanou činností, podpořenou označením advokát, tak sekundárně činí. Škála takových činností je opravdu široká a zároveň definována pouze třemi skutečnostmi – advokát tak činí osobně v médiích; je zřejmé, že jde o advokáta; nevykonává činnost ve smyslu čl. 25.¹⁷⁴ Stejně tak se s rozvojem obsahu na internetu, především pak sociálních sítí, otevírají advokátům nové kanály, jak o své činnosti veřejnost informovat. Těto skutečnosti jsou si advokáti vědomi, v důsledku čehož můžeme pozorovat snahu o vzdělání v této oblasti.¹⁷⁵ S nástupem nové generace advokátů, která bude daleko více etablovaná na poli sociálních sítí, potažmo jiných nových médií v digitálním prostoru, lze v prezentaci advokátní profese čekat jistý vývoj. Ten by se potom mohl týkat zejména oblasti PR – například budování značky jednotlivých advokátních kanceláří prostřednictvím větší aktivity na sociálních sítích, zajímavěji zpracovaných webových stránkách a obecně větší míry komunikace činnosti advokáta navenek.¹⁷⁶

K článkům 25 a 26 je třeba zmínit i navazující čl. 26a Etického kodexu ČAK, který ukládá advokátům vést evidenci o reklamních a PR aktivitách ve smyslu dvou výše zmíněných ustanovení Etického kodexu ČAK, pokud to jejich povaha dovolí. Bližší regulaci této evidence upravuje jiný stavovský předpis ČAK.¹⁷⁷ Dle Kovářové a Sokola¹⁷⁸ nicméně není znám případ

¹⁷³ Například povinnost mlčenlivosti upravuje ust. § 21 ZA. Zároveň se lze setkat s praxí, kdy advokátní kanceláře na svých webových stránkách informují o tom, jaké klienty zastupují. V tomto případě nepůjde o kárné provinění v případě, že advokátní kancelář disponuje souhlasem klienta, který mu umožňuje takovou informaci zveřejnit.

¹⁷⁴ Může tak jít o poskytnutí rozhovoru; účast na akcích nesouvisejících s přímým výkonem advokacie (např. společenských); názorové komentáře v médiích apod.

¹⁷⁵ ROSŮLKOVÁ, Jana. Advokáti objevují sílu marketingu. In: *www.ekonom.cz* [online]. 3. 7. 2020 [cit. 30.01.2023]. Dostupné z: <https://pravnihradce.ekonom.cz/c1-66785580-advokati-objevuji-silu-marketingu>

¹⁷⁶ Takto „otevřenější“ advokacie samozřejmě může narazit na nastavená pravidla. V případě vývoje v oblasti komunikace činnosti advokátů navenek se přímo nabízí možná kolize s povinností mlčenlivosti. Nicméně již dnes najdeme hned několik aktivních členů advokátní profese na sociálních sítích.

¹⁷⁷ Usnesení představenstva ČAK č. 9/1999 Věstníku ze dne 8. listopadu 1999, kterým se stanoví některé podrobnosti o dokumentaci advokáta vedené při poskytování právních služeb.

¹⁷⁸ KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 194.

kontroly takové evidence ze strany ČAK a nelze tak s jistotou říci, do jaké míry se na tuto činnost vztahují ustanovení výše uvedeného vnitřního předpisu ČAK.

Čl. 27 Etického kodexu ČAK se věnuje odborným publikacím vydávaným advokátem, kdy v takových situacích přiznává dotyčnému užít označení „advokát“, včetně případného obchodního jména, pod kterým advokátní praxi vykonává, a místa výkonu této činnosti. Místem výkonu je myšlena obec, přičemž z pohledu propagace můžu poukázat na to, že zde patrně autoři mířili na možnost lokálního využití služeb advokáta, pokud čtenáře svou odbornou publikací zaujme.¹⁷⁹

Článek 28 Etického kodexu ČAK se zaměřuje na situace, kdy by advokát pro účely reklamy a PR zamýšlel využít externí služby, přičemž toto ustanovení staví najisto, že i v takových případech se na dotyčný externí subjekt vztahují stejná pravidla propagace, která Etický kodex ČAK ukládá advokátům. Ti tak budou odpovědní za případná jednání, která lze vyhodnotit jako kárné provinění, i pokud se jich na základě advokátem uděleného souhlasu dopustí jiná osoba.¹⁸⁰ Advokát tak podobným způsobem nemůže tato pravidla obejít.

Z hlediska propagace advokáta je zásadní věnovat se i oddílu pátému části třetí Etického kodexu ČAK, konkrétně článkům 31 a 32. Pokud jsem se výše pokusil nastínit, že užití pojmů publicita a reklama v Etickém kodexu ČAK může být poněkud matoucí, článek 31 této skutečnosti nijak nepomáhá, když používá označení Nabídka právních služeb. Některé aktivity advokáta stran propagace totiž mohou svým obsahem spadat jak pod nabídku právních služeb v článku 31, tak reklamu či PR ve smyslu článku 25 a 26. Při případném výkladu tak nemusí být zcela zřejmé, pod jaké ustanovení lze dané jednání podřadit.

Čl. 31 nadepsaný jako Nabídka právních služeb zní následovně:

(1) „Advokát nesmí nabízet poskytnutí právní služby osobě, která ji na něm sama nepožaduje, ledaže jde o osobu, s níž se soukromě nebo při výkonu advokacie styká. Výjimečně tak smí učinit, je-li zřejmé, že neprodlené poskytnutí právní služby je v zájmu takové osoby nezbytné“

¹⁷⁹ Alespoň v určitém rozsahu ovšem lze toto ustanovení označit za nadbytečné, zejména, když přihlédneme k čl. 19 odst. 2 Etického kodexu ČAK, který již možnost užívání označení advokát mimo výkon advokacie přiznává.

¹⁸⁰ Pro účely naplnění požadavku právní jistoty při případném kárném řízení je možné hodnotit obsah tohoto ustanovení kladně. Zároveň je třeba nicméně poukázat na skutečnost, kdy by porušení tohoto ustanovení bylo v rozporu se základními etickými hodnotami advokátní profese – najmě čestnosti, poctivosti, svědomitosti – což by logicky vyústilo v porušení jiných ustanovení ZA a Etického kodexu ČAK, které článku 27 výkladově předchází.

(2) „Při nabízení svých právních služeb se advokát musí zdržet jakéhokoliv naléhání, zvláště je-li z okolností nebo projevu osoby, které je služba nabízena, zřejmé, že o ni nemá zájem.“

Zatímco články 25 a 26 Etického kodexu ČAK směřují na oslovení veřejnosti jako takové, čl. 31 výslovně uvádí osobu v jednotném čísle. Pokud bych pak chtěl nalézt způsob, jak rozlišit nabídku právních služeb od reklamy a publicity v pojetí Etického kodexu ČAK, bude tato skutečnost patrně hlavním vodítkem. Na tomto místě lze nicméně polemizovat nad tím, zda šlo z pohledu autora Etického kodexu ČAK skutečně o záměr, jak daná ustanovení navzájem rozlišit, či zda spíše nejde o nezamýšlenou legislativní nedokonalost.

V prvním odstavci se až na výjimky zakazuje nabízet poskytnuté právní služby osobě, která ji sama nepožaduje.¹⁸¹ Takové jednání lze označit za tzv. přímý marketing^{182 183}, což je jeden z nástrojů komunikačního mixu. Advokát tedy nemůže oslovovat neznámé osoby za účelem akvizice potenciálních klientů. Jako jeden z hlavních cílů tohoto ustanovení je možnost identifikovat ochranu důstojnosti advokátního stavu. Autoři tohoto článku patrně nepokládali za vhodné, aby advokát touto cestou nabízel poskytování svých služeb a zařadil se tak mezi jiné obchodníky, kteří tak činí obtěžujícím způsobem, nebo v rozporu se zákonem.

Zároveň jsem výše uvedl, že poskytování advokátních služeb představuje jeden ze základních stavebních kamenů demokratického právního státu, když slouží jako hlavní prostředek pro

¹⁸¹ Jako paradoxní se může jevit, že advokáti ve starém Římě mnohdy nabízeli své služby na náměstích či jiných veřejných místech kolemjdoucím. Tedy osobám, které o jejich služby neprojeví zájem. Podobné jednání by pohledem na současnou právní úpravu bylo hodnocené jako kárné provinění. Srov. kap. 2.2.2. této práce.

¹⁸² „Přímý marketing představuje přímou komunikaci s pečlivě vybranými individuálními zákazníky s cílem získat okamžitou odezvu a vybudovat dlouhodobé vztahy se zákazníky.“ KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*, s. 928.

¹⁸³ Jedním z typickým nástrojů přímého marketingu je telemarketing – kontaktování individuálních osob prostřednictvím telefonních hovorů. Tato činnost je regulována především zákonem č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích, přičemž jedna z posledních novel tohoto zákona tuto činnost značně omezila. Nově je možné kontaktovat pouze ty osoby, které předem s takovým oslovením vyslovily souhlas (tzv. opt-in verze souhlasu). V minulosti bylo možné kontaktovat kohokoliv, dokud dotyčný takovou nabídku neodmítnul (tzv. opt-out verze souhlasu). Podobně je na tom i další populární forma přímého marketingu – zaslání obchodních sdělení emailem. I tato činnost je ovšem do velké míry regulována, a to zákonem č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti. Obě tyto činnosti potom velice často fungují na bázi sbírání osobních údajů takto oslovených osob do databází, což zakládá povinnost, aby osoby využívající tyto marketingové nástroje jednaly v souladu s právními předpisy upravujícími ochranu osobních údajů, tedy především s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a zákonem č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů.

ochranu práv osob. Nebylo by tak vhodné, aby advokát nabízel své služby tzv. naslepo, aniž by věděl, zda takto oslovený potřebuje užít advokátní pomoci, případně bez znalosti potřebných okolností. Podobně jako u jiných forem přímého marketingu by navíc docházelo k situacím, kdy by většina oslovených nevnímala takto nevyžádané nabízení služby kladně, což by mohlo mít negativní vliv na vnímání advokátní profese jako celku.

Toto pravidlo má ovšem své výjimky, jak vyplývá z druhé části prvního odstavce článku 31. Konkrétně jde o dvě situace: 1) advokát již před oslovením navázal s potenciálním klientem vztah, a to v souvislosti s výkonem advokacie nebo soukromě;¹⁸⁴ 2) bezprostřední nabídka advokátních služeb je v zájmu oslovené osoby nezbytná.¹⁸⁵ Výklad těchto výjimek samozřejmě záleží na konkrétních okolnostech a jejich vyhodnocení příslušnými orgány.

Druhý odstavec tohoto ustanovení směřuje na korigování intenzity nabízení advokátních služeb, když stanoví, že advokát v takových situacích nesmí na potenciálního klienta naléhat. Toto ustanovení má tedy za cíl chránit veřejnost před možným zneužitím jejich tísně advokáty jakožto nezaujatými profesionály, a to ať už tísně skutkové či odborné. Pokud dá tedy oslovený advokátovi jasně najevo, že o jeho služby nestojí, nesmí advokát v takové činnosti pokračovat.

Již výše jsem totiž uvedl, že klient je ve vztahu s advokátem v nevýhodě, když nedokáže odborně zhodnotit skutečnou nutnost daných právních úkonů. V tomto kontextu by pak advokát například mohl zveličit důsledky možných problémů, které ve skutečnosti zásah advokáta nezbytně nevyžadují. Jako „naléhání“ lze dále charakterizovat jednání, kdy advokát opakovaně nabízí nevyžádanou službu, či kdy službu podává formou „ber nebo nech být“ (popř. jako časově omezenou nabídku). Zároveň je třeba uvést, že podobné jednání velmi pravděpodobně bylo v rozporu se základními etickými hodnotami výkonu advokacie,¹⁸⁶ a jako takové by šlo minimálně kárnou odpovědnost založit již na základě předchozích ustanovení ZA, resp. Etického kodexu ČAK.

¹⁸⁴ Typicky tak může jít o bývalého či stávajícího klienta, u kterého lze předpokládat, že má zájem o služby dotyčného advokáta. V případě soukromé sféry pak může jít o příbuzné, přátele či jiné blízké osoby advokáta, u kterých lze předpokládat, že advokát své služby nabízí skutečně na základě potřeby osob jemu takto blízkých, nikoliv primárně za účelem akvizice nových klientů.

¹⁸⁵ Pod tím si můžeme představit například situaci, kdy je advokát bezprostředním svědkem způsobení újmy osobě, načež v zájmu nezbytné ochrany jejích zájmů nabídne takové osobě poskytnutí svých profesionálních služeb. Jistě se však nemůže jednat o situace, kdy by advokát účelně „vyčkával“ na určitých místech, kde může dojít ke vzniku škody.

¹⁸⁶ Především ve smyslu § 17 ZA a čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK

Článek 32 nadepsaný Použití jiných osob zní následovně:

(1) „*Za doporučení nebo zprostředkování právní služby nesmí advokát poskytnout ani přijmout úplatu nebo jinou výhodu.*“

(2) „*K náboru klientů nesmí advokát použít jiných osob, a to ani vlastních klientů. Za takové nepřípustné použití jiných osob se považuje též, předá-li jim advokát své informační prostředky nebo plné moci s určením, aby jich při získávání klientů pro advokáta použily.*“

První odstavec znemožňuje advokátovi, aby za úplatu nebo jinou výhodu využil služeb zprostředkovatele klientů, nebo takovou činnost prováděl sám. Mimo ochranu obecných hodnot spojených s výkonem advokacie, které jsem tu již zmínil, a ochranu svobodné volby advokáta, kterou upravuje čl. 30 Etického kodexu ČAK, hovoří Kovářová a Sokol také o tom, že účelem tohoto ustanovení je předejít situacím, kdy případný zprostředkovatel není schopen posoudit, zda advokát je či není schopen specifickou službu poskytnout. Následně by totiž mohlo dojít k odmítnutí takto přivedeného klienta, což by nepůsobilo seriózně a tím pádem by podobné jednání ohrožovalo důstojnost advokátního stavu. Mimo to by pak dle autorů mohlo dojít i k dalším možným komplikacím.¹⁸⁷ Nabízí se například možnost způsobení újmy na straně klienta, pokud by povaha daného problému vyžadovala neprodlený zásah advokát, přičemž ten by nebyl schopen nebo dostatečně kvalifikován takovou službu poskytnout, což by případný zprostředkovatel nebyl schopen předem posoudit. Ze stejných důvodů nemůže ani advokát sám být v postavení někoho, kdo poskytnutí advokátní služby za úplatu či jinou výhodu zprostředkuje.

I přes to se podobné jednání v praxi může dít. Odměna za přivedení důležitého klienta pro advokáta či jiného zaměstnance advokátní kanceláře nebude patrně ničím výjimečným. A byť taková aktivita naplňuje znaky zakázaného jednání výše, neměla by dle Kovářové a Sokola být sankcionována za předpokladu, že jde o „... *jednu z forem odměňování v advokátní kanceláři... je výsostně věcí advokátního uskupení, jak má systém honorování práce jeho členů konstruován*“.¹⁸⁸ S tímto názorem je nicméně možné polemizovat. Pokud advokát v rámci advokátní kanceláře získá finanční či jinou odměnu, není právě takové jednání tím, kterému se čl. 32 odst. 1 Etického kodexu snaží zabránit?

Druhý odstavec zakazuje advokátovi pro účely náboru klientů využívat služeb externích osob, včetně vlastních klientů. Toto ustanovení může být nicméně problematické i s ohledem na články

¹⁸⁷ KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 199.

¹⁸⁸ To by se dle autorů netýkalo situací, kdy by primární činností advokáta bylo pouze akvizice nových klientů. *Ibid.*, s. 200–201.

25 a 26 Etického kodexu. Může totiž advokát v souladu s těmito články zadat reklamu či vystupovat v médiích jakožto externích subjektech, se zamýšleným následkem v podobě získání nových klientů, pokud jiné ustanovení hovoří o tom, že využívat služeb jiných osob je zakázané? Celou situaci navíc komplikuje již uvedená skutečnost, kdy jsou v rámci Etického kodexu vybrané marketingové pojmy užity poněkud nešťastně. Na základě toho tedy nemusí být vždy zcela patrné, pod jaké ustanovení Etického kodexu dané jednání podřadit. V této souvislosti je tak nezbytné se mimo právní předpisy řídit i judikaturou.

Čermák k tomu uvádí, že nezbytnou výjimkou, na kterou by se nemělo toto ustanovení vztahovat, je situace, kdy advokát poskytuje své služby klientovi jako subdodavatel, i s ohledem na čl. 5 Etického kodexu, který podobnou činnost předpokládá.¹⁸⁹ Typicky půjde o situace, kdy advokát na základě smlouvy poskytuje komplexní služby realitní kanceláři nebo jinému subjektu s vlastní klientelou, jejíž činnost je třeba právě za užití služeb advokáta zaštitit. V tomto ohledu je však v potaz brát velice úzkou hranici, co je a co už není v souladu s výše uvedeným ustanovením i názorem. Což ostatně dokazuje i relativně nedávné kárné rozhodnutí,¹⁹⁰ kterému se budu blíže věnovat v následující kapitole.

3.3. Vybraná rozhodnutí týkající se soutěže advokátů

Výše jsem se věnoval tomu, jak právní předpisy regulují možnosti advokáta získat nové klienty. Přesto bych nicméně mohl přistoupit k názoru, že jsou tato pravidla především teoretická. Tuto tezi můžu podpořit zejména nikoliv zcela vhodným použitím marketingových pojmů, které navíc zavádají možnosti více potenciálních výkladů těchto ustanovení, když není vždy zcela zřejmé, pod jaké ustanovení danou formu propagace zařadit. V tomto ohledu tak vedle zákonného rámce velmi záleží jak na samotné praxi propagace advokátů (tedy na zvyklostech, které se v této oblasti ustálily), tak především na rozhodovací praxi příslušných orgánů.

Než přistoupím k judikatuře, je třeba zmínit ještě jednu skutečnost. Etický kodex ČAK byl v minulosti předmětem hned několika novelizací. Nejvýznamnější novelou z pohledu propagace advokáta je bezesporu usnesení představenstva České advokátní komory č. 2/03 ze dne 24. 6. 2003, které vstoupilo v účinnost 28. 9. téhož roku. Toto usnesení mj. do značné míry změnilo znění článků 25 a 26. Nově se také součástí Etického kodexu ČAK stal článek 26a, upravující

¹⁸⁹ ČERMÁK, Karel. *Pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky text s komentářem* JUDr. Karla Čermáka, s. 68–69.

¹⁹⁰ Srov. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 24.8.2021, sp. zn. K 128/2019.

povinnost vést evidenci činností spojených s reklamou a PR. Všem těmto článkům jsem se v jejich účinné podobě ke dni uzavření této práce již věnoval výše.

Předešlá znění článku 25¹⁹¹ a 26¹⁹² byla z pohledu možnosti propagace značně restriktivnější. Publicita v médiích byla do velké míry umožněna pouze v období prvních 60 dní od zápisu do seznamu advokátů. Po uplynutí této doby bylo možné uvádět vybrané informace týkající se výkonu advokacie pouze v odborných periodikách nebo k tomu určených sdělovacích prostředcích a seznamech. V rámci jiných médií či nosičů informací mohl o svém podnikání informovat pouze bývalé a stávající klienty, případně osoby, které o takové informace projevíly zájem.

Reklama ve smyslu staré úpravy Etického kodexu byla advokátům také téměř zapovězena. Povoleny byly jen dárkové a upomínkové předměty určené pro klienty za předpokladu, že nesnižovaly vážnost a důstojnost advokátního stavu. Samozřejmě není cílem této práce čtenáře zahltit již obsolentními informacemi. Rozhodnutím, která předcházejí této novele, se tak budu níže věnovat pouze v případě, pokud by výklad poplatný tehdejší právní úpravě mohl být i dnes považován za validní nebo užitečný.

K volbě konkrétních kárných rozhodnutí ČAK lze potom uvést následující. V oblasti propagace advokátů obecně došlo mezi lety 1997–2022 k vydání nevelkého počtu kárných rozhodnutí. Při jejich výběru bylo čerpáno z neveřejných sbírek kárných rozhodnutí ČAK z let 1997–2015, které byly získány po komunikaci se zástupci ČAK a které obsahovaly i odůvodnění jednotlivých rozhodnutí. Z pozdějších let, tedy od roku 2016 po současnost, pak bylo čerpáno z dostupných sbírek kárných rozhodnutí ČAK, které ale obsahovaly pouze právní věty bez samotného odůvodnění rozhodnutí. Z tohoto období tak byla použita vybraná rozhodnutí, která byla na základě komunikace s ČAK poskytnuta včetně odůvodnění. Jak již bylo výše uvedeno, propagace

¹⁹¹ Čl. 25 ve znění Etického kodexu ČAK účinném do 27.9.2003:

- (1) V periodickém tisku, neperiodických publikacích, rozhlasu, televizi a v audiovizuálních prostředcích smí advokát v přiměřeném rozsahu informovat veřejnost o svém podnikání jen v souvislosti s tím, že údaje o jeho podnikání byly zapsány v seznamu advokátů, a to nejdéle po dobu 60 dnů od tohoto zápisu. Taková informace smí obsahovat jen obchodní jméno advokáta a doplňující údaje podle č. 22.
- (2) Ve sdělovacích prostředcích specializované informativní povahy, jako jsou profesionální, telefonní, místní a podobné seznamy, smí advokát informovat veřejnost uvedením svého obchodního jména a doplňujících údajů podle čl. 22.
- (3) Jinými informačními prostředky, až už tiskovinami nebo záznamy uloženými na jiných nosičích informací, může advokát informovat o svém podnikání, cenách a dosavadních výkonech pouze své dřívější i současné klienty a toho, kdo o to požádá.

¹⁹² Čl. 26 ve znění Etického kodexu ČAK účinném do 27.9.2003:

- (1) Na reklamních plochách, poutacích a podobných prostředcích publicity jsou informace o podnikání advokáta zakázány.
- (2) Upomínkové a dárkové předměty advokáta smějí být opatřeny jeho obchodním jménem pouze tehdy, jsou-li určeny výhradně pro jeho klienty a svou povahou nesnižují vážnost advokáta a důstojnost advokátního stavu.

advokátů nebývá častým předmětem šetření kárných orgánů ČAK. Některá rozhodnutí předcházející výše zmíněné novele Etického kodexu ČAK navíc již nejsou vzhledem k současné účinné úpravě právně relevantní, což celkový okruh možných kárných rozhodnutí ještě více zužuje. V kontextu výše uvedeného jsem tedy přistoupil k výběru níže uvedených rozhodnutí, která by měla představovat vypovídající vzorek o často se opakujících kárných proviněních v oblasti propagace advokáta nebo těch, které mnou byla z pohledu právního posouzení či skutkových okolností shledána jako zajímavá.

3.3.1. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 19. 3. 1999 sp. zn. K 298/98

Advokátka se dopustila kárného provinění, když rozšiřovala letáky nabízející její právní služby osobám, které o tuto službu neprojevily zájem. Nabídka poskytnutí advokátních služeb byla cílena na možné škody na majetku, které mohly osobám vzniknout v souvislosti s využitím služeb konkrétní čistírny.

V rámci kárného řízení advokátka uvedla, že jí samotné bylo touto čistírnou poškozeno oblečení, přičemž na základě této skutečnosti podala na čistírnu žalobu. Záměrem rozdávaného letáku potom mělo být získání potenciálních svědků pro účely tohoto řízení. Dle kárné komise ČAK nicméně bylo z obsahu letáku patrné, že advokátka nabízí své profesionální služby individuálním osobám, aniž by to o takovou asistenci projevily zájem.

Kárně obviněná tak jednala v rozporu s právními předpisy, jmenovitě s ust. § 17 ZA, ve spojení s čl. 25. odst. 1 (v tehdy účinném znění) a čl. 31 odst. 1 Etického kodexu ČAK, za což jí bylo uděleno kárné opatření v podobě finanční sankce ve výši 7 000 Kč.

V tomto případě jde o typický příklad situace, kdy advokát ve snaze získat nové klienty, cílí i na ty, které o jeho služby nemají zájem. Takové jednání tak nepřispívá k dobrému obrazu advokacie jako celku, a lze jej vyhodnotit jako neseriózní. Porušuje tím nejen články Etického kodexu uvedené výše, ale jedná i v rozporu se zásadou čestnosti a poctivosti, čímž ohrožuje důstojnost advokátního stavu.

V záležitosti získávání možných svědků, které by advokátce teoreticky mohli svými výpověďmi napomoci ve věci náhrady jí způsobené újmy, mohla dotyčná postupovat tak, aniž by zároveň nabízela své služby. I v takovém případě, kdy jde o věc ryze soukromou, by ovšem musela postupovat v souladu s pravidly profesní etiky advokáta, jak jsem uvedl v kapitole 2.3. této práce.

3.3.2. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 12. 12. 2014, sp. zn. K 33/2014

I v tomto případě došlo k oslovení osob, které předem nevyslovily zájem o služby advokáta. Zaměstnanec advokáta zaslal realitní kanceláři email s nabídkou, včetně podrobného rozpisu nabízených úkonů a ceny za takový „balíček“ služeb.

Výpovědi podané v průběhu kárného řízení, a to jak kárně obviněného advokáta, tak jeho zaměstnance, se vzájemně rozporovaly. Advokát nejprve tvrdil, že zaměstnanec oslovil vícero realitních kanceláří na základě předchozího kontaktu a vyžádání zaslání takové nabídky. Zaměstnanec ovšem přiznal, že jednal bez předchozího kontaktu s pracovníky realitní kanceláře, když tuto našel náhodně na internetu, načež se rozhodl ji oslovit. Dále uvedl, že takto oslovil pouze jeden subjekt.

Kárný senát dospěl k závěru, že došlo k porušení § 17 ZA, ve spojení s článkem 4 odst. 1 a čl 31 odst. 1 Etického kodexu ČAK, za což udělil kárně obviněnému pokutu ve výši 15 000 Kč. Zároveň vyslovil názor, že je tu možné podezření na porušení čl. 16 odst. 2 Etického kodexu,¹⁹³ kdy kárně obviněný nedostatečně spravoval chod své advokátní kanceláře, když nechal svého zaměstnance takto jednat. Tato skutečnost byla podpořena i rozporem ve výpovědích obou dotčených osob. Kárný senát také uvedl, že cena uvedená v nabídce nemusela být přiměřená z důvodu její nízké výše, a to i s přihlédnutím k sazbě uvedené v ust. § 7 advokátního tarifu, čímž mohlo dojít k porušení čl. 10 odst. 2 Etického kodexu.¹⁹⁴ Ani jednou z těchto skutkových okolností se ovšem kárný senát dále nezabýval, neboť nebyly předmětem kárné žaloby.

Obě uvedená rozhodnutí kárné komise ČAK se věnovala totožnému kárnému provinění, a sice nabízení služeb advokáta osobám, které ji nepožadovaly. V obou případech tedy lze tuto činnost podřadit pod formu přímého marketingu. Zároveň je vidět jistý posun v dostupných technologiích, kdy se v prvním případě advokátka dopustila provinění na konci minulého tisíciletí prostřednictvím fyzického předání letáku, zatímco v druhém byl využit email. I přesto lze na těchto rozhodnutích ilustrovat, že v tomto ohledu je výklad Etického kodexu totožný, a to i v rozmezí 15 let. Kárná komise ČAK tak nastavila jasný trend tvrdého dodržování čl. 31 odst. 1 Etického kodexu v praxi, když nástroje přímého marketingu zasílané bez předchozího vyžádání vyhodnotila jako nedůstojné výkonu advokátní profese.

¹⁹³ „Advokát vede svou kancelář tak, aby nebyla snižována důstojnost advokátního stavu. Provádění kancelářských úkonů svěřuje pouze osobám náležitě kvalifikovaným, odpovědným a bezúhonným a soustavně na jejich činnost dohlíží. Ustanovení čl. 15 odst. 4 a odst. 7 o advokátních koncipientech platí obdobně i pro tyto osoby.“

¹⁹⁴ „Smluvní odměna musí být přiměřená. Nesmí být ve zřejmém nepoměru k hodnotě a složitosti věci.“

3.3.3. Rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK ze dne 27. 9. 2013, sp. zn. K 116/2011¹⁹⁵

I přes vhodně zvolenou formu propagace se advokát může dopustit kárného provinění, když zvolí špatný obsah marketingového sdělení. V tomto případě advokátní kancelář zveřejnila reklamní inzerát s nabídkou svých služeb. Obsahem tohoto inzerátu byl text, který mj. obsahoval následující:

„AKCE! Kupní, darovací a jiné smlouvy na nemovitosti za velmi nízké ceny. Nabízíme odborné zpracování kupní smlouvy a smlouvy o budoucí kupní smlouvě; darovací smlouvy s případným věcným břemenem doživotního užívání; zastupování v řízení o vkladu práva do katastru nemovitostí; kontrola smlouvy předložené protistranou. Akce na měsíc březen: 50 % sleva na všechny smlouvy – kupní smlouva: od 4 500 Kč (běžná cena 9 000 Kč); darovací smlouvy: 3000 Kč (běžná cena 6 000 Kč). Ceny konečné – neplatíte 20 % DPH!

Právě samotný obsah inzerátu byl kárnou komisí, a následně odvolací kárnou komisí, vyhodnocen jako porušení kárné odpovědnosti advokáta. Inzerát je totiž podaný v tom smyslu, že jde o časově omezenou velice výhodnou nabídku. Tím tak advokát naléhá na potenciální klienty, aby jeho služeb využili, dokud jsou takto „výhodné“. Konečně i zmíněná výhodnost nabídky není pravdivou informací, když kárná komise v rozhodnutí uvádí, že: *„Toto je klamavý údaj. Žádná dolní hranice běžné odměny za vypracování kupní smlouvy, vezmeme-li v úvahu odměnu smluvní, neexistuje... Obdobná argumentace přilehá k avizované ceně darovací smlouvy.“*

Advokát se tak uváděním klamavých a nepřesných informací dopustil kárného provinění, když vyvolával mylný dojem o výhodné nabídce poskytnutí advokátních služeb, kterou průměrný člověk bez znalosti advokátní praxe není schopen vyhodnotit. Zároveň se této neznalosti snažil zneužít, když návodnými slovními spojeními naléhal na spotřebitele s tím, že tato nabídka je časově omezená. Tím se dle kárných orgánů ČAK dopustil porušení ustanovení čl. 4 odst. 1, čl. 25 a čl. 26¹⁹⁶ Etického kodexu ČAK. Samotné podání inzerátu, pokud by takové jednání bylo

¹⁹⁵ V tomto případě byly informace o kárném rozhodnutí čerpány ze dvou zdrojů. Srov. KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 163–164. a Odpověď na žádost o informace podle zákona č. 106/1999, o svobodném přístupu k informacím. *informace-poskytnuta-dne--23--6--2016.pdf* [online] [cit. 31.01.2023]. Dostupné z: <https://www.cak.cz/assets/pro-verejnost/informace-poskytnuta-dne--23--6--2016.pdf>

¹⁹⁶ Na tomto místě mi není zcela zřejmé, na jakém základě orgány rozhodly o kárném provinění proti oběma článkům. Publicita a reklama jsou totiž pojmy rozdílné, byť v kontextu pojmenování a obsahu obou článků v Etickém kodexu ČAK může dojít k faktickému záměně či splnutí těchto pojmů. V rámci jednoho skutku by tak mělo primárně dojít k porušení toho či onoho ustanovení. Zároveň je třeba uvést, že pro účely této práce

obsahově v souladu s pravidly profesní etiky advokáta, by přitom v teoretické rovině mohlo být vyhodnoceno jako právně nezávadné. Pokud bych aplikoval výše uvedené ustanovení, v praxi by v takovém případě šlo o formu propagace, která oslovuje předem neurčený okruh adresátů. Nemluvili bychom tak o individuální, nevyžádané nabídce ve smyslu článku 31 Etického kodexu. Což ostatně potvrdily i kárné orgány ČAK, když prohrěšek proti tomuto ustanovení v rozhodnutí neuvedly. Se správnou textací by potom inzerát mohl být v souladu i s články 25 a 26, stejně jako se základní zásadami profesní etiky advokáta uvedenými v čl. 4.

3.3.4. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 20. 11. 1998 sp. zn. K 132/97 a K 139/98

V tomto případě se kárná komise, a následně i odvolací kárná komise, zabývaly hned několika prohrěšky proti pravidlům advokátní etiky. Zaměřím se pouze na jeden z nich, který se týkal rozhovoru pro média, který poskytl kárně obviněný.

Rozhovor byl opatřen titulkem „*Protistranu roztrháme na mraky*“, přičemž z textu je zřejmé, že pojednává o činnosti konkrétní advokátní kanceláře. Rozhovor byl také označen za placenou inzerci, přičemž v rámci řízení vyšlo najevo, že tuto propagaci si u předmětného média objednala třetí strana. Kdo hradil náklady za tuto inzerci nebylo v rámci řízení zjištěno.

Problematický byl především samotný obsah rozhovoru. Kárně obviněný se v něm dopouští celé řady zavádějících, až klamavých výroků, jako například: např. „*Naše nájemní smlouva má proti obvyklým šesti stranám stran čtyřicet. Je tam ošetřeno úplně všechno, chráníme zájmy našeho klienta sto procentně, a když se případ ocitne u soudu a proti našim specialistům stojí advokát, který dělá všechno, roztrháme ho na mraky.*“ Dále kárně obviněný označil jako ideální věk advokáta pro řešení problémů moderní doby kolem 30 let věku a dále uvedl, že vzhledem k podmínkám v České republice se jako nejlepší jeví výkon advokacie v rámci advokátních kanceláří s vyšším počtem zaměstnanců.

Kárně obviněný se tak dopustil porušení ust. § 17 ZA ve spojení s hned několika ustanoveními Etického kodexu ČAK. V rámci rozhovoru se dopustil jednání, které bylo v rozporu se zásadami čestnosti, poctivosti a slušného chování, přičemž takovým jednáním nepřispíval k důstojnosti advokátního stavu (čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK). Projev kárně obviněného v rámci rozhovoru nebyl kárnými orgány ČAK shledán jako věcný a strýzlivý, ba naopak, advokát se dopustil šíření vědomě nepravdivých informací (čl. 4 odst. 3). S tím souvisí i provinění proti čl. 19 odst. 1, kdy advokát nejednal v rámci soutěže s ostatními advokáty poctivě a uváděl klamavé

nebylo k dispozici celé znění tohoto rozhodnutí, včetně odůvodnění. Je tak možné, že zde byly další okolnosti, které takové porušení obou článků umožňují.

údaje, když za 1) snižoval důstojnost ostatních advokátů, včetně schopnosti advokátů starších 30 let nebo/a pracujících v rámci menších advokátních kanceláří; za 2) svými výroky vyvolával ve čtenářích neoprávněné očekávání o výsledcích, kterých je jeho advokátní kancelář schopna dosáhnout, především výše uvedenými citacemi ohledně kvality vypracovaných smluv a zaměstnanců advokátní kanceláře, kteří zajistí, že v případném sporu nemá konkurence šanci prostřednictvím vyjádření jako „*roztrháme ho na mraky*“.

Kárně obviněný během řízení přiznal, že způsob, jakým článek vyznívá, je „*strašný*“, a že je v rozporu s etickými pravidly. Na svou obranu uváděl, že neměl možnost autorizovat vydanou verzi rozhovoru. V rámci řízení ovšem vyšlo najevo, že kárně obviněný tuto možnost měl, pouze ji nevyužil. Poskytnutím rozhovoru a udělením souhlasu s jeho vydáním se tak dopustil kárného provinění proti čl. 28 Etického kodexu ČAK, když dovolil jinému, aby o jeho podnikání informoval v rozporu s pravidly profesní etiky advokátů. Již výše jsem zmínil, že v rámci řízení byla řešena i další kárná provinění,¹⁹⁷ která se netýkala pravidel soutěže advokátů. Za veškerá prokázaná provinění byla kárně obviněnému uložena pokuta ve výši 60 000 Kč.

Pokud jsem v kapitole 3.2. uvedl možnost, jak se advokát může v rámci pravidel etiky propagovat, přičemž poskytování rozhovoru je zcela jistě jednou z možností, je třeba nezapomínat na skutečnosti, že i když je určitá forma propagace možná, je stejně tak důležitý i samotný obsah. K podobnému závěru lze dojít i v případě předchozího kárného rozhodnutí, které se týkalo zveřejněného reklamního inzerátu. Tato forma by teoreticky jako jedna z možností propagace mohla z pohledu úpravy profesní etiky obstát, nicméně zvolená textace inzerátu byla v rozporu s pravidly etiky, kterými je advokát vázán.

3.3.5. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 16. 11. 2012. sp. zn. K 100/2012 (zrušeno a vráceno odvolací kárnou komisí k dalšímu projednání dne 26. 9. 2013, přerušeno 14. 3. 2014)¹⁹⁸

V tomto řízení byla projednávána činnost advokátky, která nabízela své služby na internetovém portálu aukrocity.cz. Konkrétně zde nabízela formou voucheru jednu hodinu právního poradenství s tím, že kupující takového voucheru získá slevu 87 % z původní ceny právní konzultace, která činila 1 500 Kč. Po zakoupení si klient za těchto podmínek mohl s kárně

¹⁹⁷ Udělení plné moci sám sobě jakožto advokátovi z funkce místopředsedy představenstva akciové společnosti; podání návrhu na zahájení soudního řízení v zastoupení klienta proti jinému svému klientovi; činění úkonů v zastoupení klienta, který dosud nevyověděl předtím udělenou plnou moc jinému advokátovi.

¹⁹⁸ Informace o tomto kárném rozhodnutí byly čerpány z KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*, s. 164–165.

obviněnou sjednat osobní schůzku. Cílem advokátky tak patrně bylo informovat o tom, že poskytuje právní služby a dále za výhodných podmínek přimět potenciálního klienta k iniciační schůzce. Je pravděpodobné, že pokud by se na základě této konzultace klient rozhodl dále využít služby kárně obviněné, byly by tyto poskytovány za vyšší cenu, patrně za zmíněných 1 500 Kč.

Dle kárné komise se advokátka svým jednáním dopustila kárného provinění proti § 16 odst. 2 a § 17 ZA, ve spojení s čl. 4 odst. 1, čl. 31 odst. 1 a čl. 32 odst. 2 Etického kodexu ČAK. Dle kárné komise tak advokátka nejedla poctivě a svědomitě, když využila služeb zmíněného portálu, kde jsou nabízeny různé druhy zboží a služeb, čímž snížila důstojnost advokátního stavu (§ 16 odst. 2 ZA, resp. čl. 4 odst. 1 Etického kodexu). Kárná komise také vyhodnotila jednání kárně obviněné jako individuální nabídku osobám, které o ni neprojevily zájem (čl. 31 odst. 1), a dále, že pro tuto nezákonnou akviziční činnost využila služeb jiné osoby (čl. 32 odst. 2). Za tato kárná provinění udělila kárně obviněné sankci ve výši 20 000 Kč, s čímž ovšem obviněná nesouhlasila a proti tomuto rozhodnutí podala odvolání.

Odvolací kárná komise následně přiznala kárně obviněné, že se kárná komise nevyřádala se skutkovými okolnostmi, resp. zdůvodněním, v čem spatřovala důvody spáchání kárného provinění. Odvolací kárná komise tedy rozhodnutí zrušila a vrátila k dalšímu projednání, v rámci čehož vyzvala orgán první instance, aby se zaměřil na provedení důkazů a zdůvodnění, zda skutečně kárně obviněná činila nabídku individuálním osobám. S tím souviselo i nedostatečné odůvodnění, zda advokátka pouze propagovala svou činnost povoleným způsobem, nebo zda lze její jednání vyhodnotit jako nabídku učiněnou prostřednictvím již návrhu smlouvy. Dále nebyl dle odvolací kárné komise v prvoinstančním rozhodnutí řádně podložen právní názor, dle kterého je využití portálu aukrocity.cz činností snižující důstojnost advokátního stavu.

Kárná komise se bohužel těmto otázkám již dále nevěnovala, neboť v mezidobí byla kárně obviněná vyškrtuta ze seznamu advokátů, čímž bylo celé řízení přerušeno.

Na průběhu tohoto řízení lze nicméně spatřit určité skutečnosti, které mohly do budoucna ovlivnit rozhodovací činnost příslušných orgánů. Především, že využití moderních metod propagace (internetový slevový portál) nemusí automaticky znamenat snížení důstojnosti advokátního stavu. Z názoru odvolací kárné komise tedy lze vyčíst, že kárné komise by měly vzít v potaz společenský a technologický vývoj, který se zákonitě musí odrazit i na možnostech advokáta, jak propagovat svou činnost a nabírat nové klienty.

3.3.6. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27. 3. 2015, sp. zn. K 113/2014

Kárně obviněný v tomto případě využil veřejně dostupné informace o osobách, na které byla nařízena exekuce, a to prostřednictvím internetových portálů, v rámci kterých jsou vypisovány dražby movitých i nemovitých věcí povinných osob. Kárně obviněný takto kontaktoval minimálně jednu osobu, přičemž s ní předtím nebyl v kontaktu a tato osoba o jeho služby nijak neprojevila zájem.

Kárně obviněný adresoval této osobě dopis s nabídkou svých advokátních služeb. Tato nabídka byla velmi konkrétní, obsahovala informace o možných úkonech, které by obviněný v zájmu oslovené osoby mohl učinit, jaké pozitivní dopady by to pro oslovenou osobu mohlo mít, cenu za poskytnuté služby a kontaktní údaje na advokátní kancelář kárně obviněného, pokud by oslovena osoba o jeho služby měla zájem, viz citace níže:

„Vážený pane (paní), z veřejných informačních portálů o nařízených dražbách, popř. nařízených exekucích, je zřejmé, že na Vaši osobu byla nařízena exekuce dle vykonatelného exekutorského (notářského) zápisu. V této souvislosti byl nařízen prodej Vašich nemovitostí, popř. dalšího majetku. Poněvadž převážná část nařízených exekucí je nařízena prodejem nemovitostí, ačkoliv v rozporu s tím vymáhaná pohledávka je nízká, a tento způsob exekuce se jeví jako nepřiměřený, máme za to, že lze dosáhnout přiměřeným postupem napadení platnosti exekutorského (notářského) zápisu pro nepřiměřenou výši smluvní pokuty, nepřiměřenou výši úroků z prodlení, pro nepřiměřený způsob provádění exekuce. Dále lze dosáhnout odkladu dražby, popř. zastavení exekuce pro nepřiměřený postup exekutora. Tímto postupem byste získali i vhodný čas na případné řešení nařízené exekuce.

Ve smyslu čl. 31 Etického kodexu advokátů jsem uznal za vhodné Vás informovat o možnosti poskytnutí právní služby. Na základě výše uvedeného Vám nabízíme poskytnutí právní služby v této věci s tím, že jsme schopni podat návrh na neplatnost exekutorského (notářského) zápisu, návrh zastavení exekuce, popř. dosažení odkladu exekuce, popř. dalších nezbytných úkonů.

Za výše uvedenou službu si účtujeme smluvní paušální cenu výši 3.000,- Kč až 4.000,- Kč, což zahrnuje převzetí případu, dále podání a zpracování návrhu na zastavení exekuce, dále podání a zpracování návrhu na odklad exekuce. Za další úkony si účtujeme pouze 300,- Kč režijní paušál za každý další uskutečněný úkon.“

Z celkového vyznění nabídky se jeví jako pravděpodobné, že kárně obviněný takto oslovil více osob v exekučním řízení.¹⁹⁹ V rámci kárného řízení ovšem tato skutečnost prokázána nebyla.

Dle kárného senátu se obviněný dopustil porušení § 17 ZA, ve spojení s čl. 4 odst. 1 a 31 odst. 1 Etického kodexu ČAK. Kárně obviněný tak nejednal čestně, poctivě a svědomitě, čímž snížil důstojnost advokátního stavu. Zároveň se dopustil nabízení svých služeb osobě, která o ni

¹⁹⁹ Např. oslovení pane/paní; dále kárně obviněný uvádí možnosti jak notářského, tak exekutorského zápisu, stejně jako možný prodej nemovitostí či dalšího majetku; velice všeobecný nástin možných kroků a jejich dopadů s cílem zasáhnout co nejvíce možností.

neprojevila zájem, aniž by tuto osobu osobně znal či se jednalo o bezprostřední nabídku učiněnou v zájmu oslovené osoby.

Právě posledním důvodem, tedy naléhavostí nabídky za účelem ochrany zájmů oslovené osoby, argumentoval kárně obviněný. Tu spatřoval ve skutečnosti, kdy byla exekuční pohledávka v jasném nepoměru s cenou nemovitosti, která měla být předmětem dražby a tím, že informace získal z veřejně dostupných zdrojů. Dále namítal možnost, že tvrzený exekuční titul může trpět vadami, pro které nemůže být jako exekuční titul použit.

Tato argumentace ovšem před kárnou komisí neobstála, což následně potvrdila i odvolací kárná komise. Dle kárné komise sice skutečně případně může oslovené osobě hrozit vážná újma, nicméně tomuto faktu předcházelo nalézací řízení, v rámci kterého měl oslovený možnost hájit svá práva dle zásady *vigilantibus iura scripta sunt*. Kárná komise dále poukázala na fakt, že podmínkou neprodlené nabídky poskytnutí advokátních služeb za účelem ochrany zájmů oslovené osoby je prvek nahodilosti, tedy že advokát nemůže tuto nabídku plánovat. Což ovšem nebyl tento případ, když kárně obviněný musel sám údaje o oslovené osobě aktivně vyhledat.

Kárně obviněný byl tak shledán vinným ze spáchání kárného provinění, za což mu byla udělena pokuta ve výši 5 000 Kč. V rámci stanovení této sankce přihlédla komise k chvályhodné pohnutce obviněného (byť také vyslovila názor, že mohl postupovat v souladu s právními předpisy), i s přihlédnutím k obecné situaci prodeje a vymáhání pohledávek, která v době vydání rozhodnutí panovala.

Je možné nabýt dojem, že kárně obviněný ve skutečnosti jednal primárně za účelem náboru nových klientů, a tedy za účelem zisku, nikoliv za bohudějnými účely pomáhat osobám v nouzi. Jako nevhodné se může jevit už to, že obviněný tak činil na osobách v exekučním řízení – tedy osobách zcela jasně znevýhodněných a v tísní. Takové jednání lze považovat za nátlak a zneužití tíživé situace takto oslovených osob. Nehledě na to, že obviněný si s pravděpodobností hraničící s jistotou byl vědom pravidel profesní etiky, když do textu nabídky zakomponoval větu, dle které si celou situaci vyhodnotil jako souladnou s ustanovením článku 31 Etického kodexu ČAK. Takovému zhodnocení situace nicméně odporuje obecnost obsahu textu, na základě které se lze domnívat, že obviněný si velmi pravděpodobně nemohl být vědom podrobností situace, ve které se oslovená osoba v exekuci nacházela. Bez těchto okolností nemohl být sto celou věc řádně vyhodnotit, zcela určitě pak nikoliv v tom smyslu, že jeho jednání je v souladu s Etickým kodexem ČAK.

3.3.7. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 18. 1. 2016, sp. zn. K 123/2014

V tomto případě si kárně obviněný pronajal prostory v obchodním centru v Praze, kde následně poskytoval advokátní služby. Tato činnost nicméně vykazovala hned několik znaků, které byly v rozporu právními předpisy.

Předně tuto činnost vykonával, aniž by předmětný prostor byl označen jako „advokátní kancelář“ nebo „advokát“. Kárně obviněný nadto celou provozovnu označil jako „Právní pohotovost“, přičemž toto označení bylo doplněno logem zcela jiným, konkrétně šlo o sousloví LRS Point²⁰⁰ (šlo o název společnosti, od které si prostor pronajal). Propagační materiály dostupné v provozovně potom odkazovaly na webové stránky „Právní pohotovosti“. Ty ovšem patřily konkrétními spolku. Zmíněné označení Právní pohotovost potom bylo součástí názvu tohoto spolku. Tato skutečnost tedy oprávněně vzbuzovala dojem, že právní služby zde poskytují právě zástupci tohoto spolku. Ten ovšem oprávněním poskytovat služby advokáta nedisponoval. Kárně obviněný v rámci řízení vypověděl, že se spolkem on osobně nemá nic společného mimo to, že se v něm angažovala jeho manželka.²⁰¹ Na zmíněné provozovně tedy kárně obviněný a jeho spolupracovníci poskytovali právní služby s tím, že pro případné další úkony odkazovali zájemce na jeho advokátní kancelář, která sídlila v jiné části města. Kárně obviněný se v rámci řízení bránil tím, že v rámci provozovny byly případní zájemci řádně informováni o tom, že zde poskytuje právní služby on jakožto advokát, případně jeho koncipienti či jiní advokáti. Tato skutečnost nicméně během řízení prokázána nebyla, když byly k dispozici důkazy, které hovořily o opaku.

Kárně obviněný se tak dopustil kárného provinění proti § 16 odst. 2 a § 17 ZA, ve spojení s čl. 4 odst. 1, čl. 11 odst. 3, čl. 16 odst. 2, čl. 20, čl. 21 odst. 1, čl. 25 a čl. 32 odst. 2 Etického kodexu ČAK.

Ve smyslu čl. 11 odst. 3 Etického kodexu ČAK se advokát nesmí podílet na činnosti osob, které poskytují advokátní služby bez patřičného oprávnění. V kontextu označení provozovny a doprovodných propagačních materiálů nicméně celé jednání vzbuzovalo oprávněný dojem, že tyto služby zde poskytuje spolek, a to bez nezbytného oprávnění.

²⁰⁰ LRS mělo být zkratkou pro „levně, rychle, spolehlivě“.

²⁰¹ Původním plánem dle kárně obviněného bylo, že by poskytoval služby klientům, přičemž související náklady by hradil právě uvedený spolek. K této spolupráci ovšem nedošlo.

Advokát by dle čl. 16 odst. 2 Etického kodexu ČAK měl vést svou advokátní kancelář tak, aby nesnižovala důstojnost celého stavu. Dle kárné komise tak ovšem advokát nečinil, když se podílel na neoprávněném poskytování advokátních služeb, a to ve spojení s jeho řádnou advokátní praxí.

Články 20 a 21 odst. 1 Etického kodexu ČAK se věnují poskytování právních služeb pod řádným označením. Porušení těchto článků jsem ilustroval výše. Kárná komise k tomuto případu ve svém rozhodnutí uvedla právní názor, dle něhož je řádné označení advokát jedním z předpokladů splnění požadavku svědomitosti a čestnosti výkonu advokacie, stejně jako plní funkci vyjádření úcty ke klientovi, který za advokátem přišel pro právní pomoc.

Články 25 a 32 odst. 2 Etického kodexu ČAK jsem si blíže rozebrali výše. V kontextu tohoto případu se jednalo o skutečnost, kdy advokát nepravdivě informoval o poskytování svých služeb, když tak činil pod označením spolku, se kterým nebyl v žádném právním vztahu a který navíc nedisponoval dostatečným oprávněním. Tento spolek potom využil pro nábor nových klientů, když případné zájemce on a jeho spolupracovníci v dalších úkonech odkazovali na jeho advokátní kancelář.

Celkově tak kárně obviněný jednal v rozporu se zásadou čestného, svědomitého a slušného chování, čímž nepřispěl k důstojnosti a vážnosti advokátního stavu. V tomto smyslu se tedy dopustil porušení § 16 odst. 2 ZA a čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK. Kárná komise na základě výše uvedeného rozhodla o tom, že se kárně obviněný svým jednáním dopustil kárného provinění. Na základě veškerých okolností mu bylo uděleno kárné opatření v podobě pokuty ve výši 50 000 Kč. Kárně obviněný až do konce řízení trval na tom, že se nedopustil možných pochybení, na základě kterých by měl být kárně stíhán.

3.3.8. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 24. 8. 2021, sp. zn. K 128/2019

V tomto případě uzavřel kárně obviněný smlouvu o poskytování služeb se společností ÚZ s.r.o.²⁰² Ta nabízela pomoc osobám (klientům), které měly problémy se splácením nebankovních půjček úvěrů. Společnost ÚZ s.r.o. klientům nabízela, že pokud proti nim daná nebankovní instituce postupovala nezákonným způsobem, pomůže jim s vymožením peněz o které v rámci této transakce klienti přišli, a to za asistence profesionála, kterým byl myšlen kárně obviněný. Pokud by se nepodařilo získat peníze zpět, klient společnosti ÚZ s.r.o. za její služby nemusí nic zaplatit. V případě, že by se podařilo alespoň nějaké finanční prostředky vymoci, společnost ÚZ s.r.o. si z této částky účtovala relativně vysokou provizi v řádu nižších desítek procent.

²⁰² Jde o upravený název skutečné společnosti použitý v rámci dostupného kárného rozhodnutí ČAK.

Zmíněná pomoc s vymožením peněz nicméně zahrnovala poskytování právních služeb, k čemuž nebyla společnost ÚZ s.r.o. oprávněna, což ostatně uváděla i ve svých obchodních podmínkách. Právě proto uzavřela výše uvedenou smlouvu s kárně obviněným. Pokud se klient a společnost ÚZ s.r.o. dohodli na spolupráci na základě jejich komunikace a prvotním posouzení celé věci ze strany společnosti ÚZ s.r.o., společnost ÚZ s.r.o. následně klientovi zprostředkovala služby kárně obviněného. Ten prováděl veškeré právní úkony, včetně samotného vymáhání. Ne vždy byl potom kárně obviněný v přímém osobním kontaktu s klienty. Někdy dostával veškeré informace a podklady, včetně podepsaných plných mocí přímo od klientů, v některých případech nicméně tyto obdržel od společnosti ÚZ s.r.o. a s klienty následně komunikoval pouze telefonicky. Společnost ÚZ s.r.o. tak v určitých případech zprostředkovala i podpis a předání plných mocí k zastupování. Této společnosti pak také kárně obviněný fakturoval poskytování svých služeb. Advokát tak nebyl ve smluvním vztahu s dotýčenými klienty, kteří mu pouze udělili plnou moc k jejich zastupování. Pokud došlo k vymožení finančních prostředků, ty byly běžně od dotyčné nebankovní instituce nejprve zaslány na bankovní účet advokáta, který je následně zaslal společnosti ÚZ s.r.o. Ta si je rozdělila s klientem dle jejich separátní dohody. V případě, kdy by bylo vymáhání neúspěšné, klient společnosti ÚZ s.r.o. nic neplatil, jak bylo uvedeno výše. Společnost ÚZ s.r.o. by nicméně i tak byla povinna zaplatit advokátovi za jeho služby.

Kárně obviněný se v rámci řízení hájil tím, že dle jeho názoru jde o zavedenou praxi v oboru a dále, že se před podepsáním spolupráce se společností ÚZ s.r.o. seznámil s dostupnou kárnou judikaturou ČAK a seznal, že předmětná činnost nebyla kárnými orgány ČAK v minulosti zakázána. Ve smlouvě mezi ÚZ s.r.o. a advokátem bylo ustanoveno, že v případě rozporů pokynů mezi společností ÚZ s.r.o. a klientem se bude advokát řídit pokyny klienta. V případě, kdy by mělo mezi společností ÚZ s.r.o. a klientem dojít ke sporu, by advokát ukončil zastupování obou stran a sporu by se dále neúčastnil.

Kárný senát měl za prokázané, že ze strany společnosti ÚZ s.r.o. docházelo ke zprostředkování služeb kárně obviněného koncovým klientům, a to na základě vzájemné smluvní dohody mezi touto společností a advokátem. K tomuto zprostředkování docházelo na dlouhodobé bázi, přičemž klienti nemohli ovlivnit volbu svého právního zástupce, když společnost ÚZ s.r.o. v tomto ohledu spolupracovala pouze s kárně obviněným. Společnost ÚZ s.r.o. také na základě dohody s kárně obviněným protiprávně inzerovala poskytování jeho služeb, když klientům nabízela jeho posouzení a asistenci při řešení celé věci jakožto profesionála v oboru. Kárný senát dále poukázal na to, že kárně obviněný mohl v tomto případě své služby klientům poskytovat bez zprostředkování společností ÚZ s.r.o.

Na základě výše uvedeného kárný senát rozhodl, že se kárně obviněný dopustil kárného provinění proti ust. § 16 odst. 2 a ust. § 17 ZA ve spojení s čl. 32 odst. 2 Etického kodexu ČAK. Za toto provinění bylo kárně obviněnému uděleno kárné opatření v podobě napomenutí.²⁰³ Uložení vcelku mírného kárného opatření zdůvodnil kárný senát tím, že kárně obviněný od svého jednání upustil. Dále kárný senát poukázal na rychlý ekonomický vývoj, který autoři etických pravidel nemohli předpokládat a v Etickém kodexu ČAK reflektovat. V tomto případě měl kárný senát na mysli rozvoj nekalých praktik nebankovních institucí při poskytování spotřebitelských úvěrů. Zde se domnívám, že byť kárný senát tuto myšlenku přímo nevyslovil, je možné si domyslet, že v tomto ohledu poukazoval na nutnost větší flexibility při nabízení právní pomoci lidem, kteří jsou v tísní z důvodu výše uvedených rozšířených nekalých praktik. Zároveň bych si na tomto místě dovilil poukázat na rozdíl oproti, možná na první pohled podobnému, kárnému rozhodnutí,²⁰⁴ ve kterém se advokát dopustil kárného provinění tím, že oslovoval subjekty v exekuci s nabídkou svých služeb, aniž by tito o takovou pomoc předem projevíli zájem. I v tomto případě kárná komise ČAK ve svém rozhodnutí upozorňovala na tehdejší situaci týkající se vymáhání exekucí a údajnou chvályhodnou pohnutku kárně obviněného těmto osobám v tíživé situaci pomoci, nicméně v případě kárného rozhodnutí nadepsaného výše je přeci jen možné rozpoznat mnohem větší aktivitu projevenou klienty, kteří sami za účelem získání pomoci oslovili společnost ÚZ s.r.o., která následně zprostředkovala služby kárně obviněného. V rámci odůvodnění zvoleného kárného opatření pak kárný senát vyslovil i následující názor:

„Není vždy jednoduché určit, zda konkrétní způsob poskytování právních služeb, zejména spojený s využitím platform informačních technologií, je v souladu s právními předpisy a etickými pravidly či nikoli.“

Výše v textu jsem uvedl, že se domnívám, že s nástupem nové generace advokátů, kteří budou mnohem lépe obeznámeni s využíváním sociálních sítí a digitálního prostředí obecně, lze očekávat vývoj i v oblasti propagace advokátů. Tímto vývojem mám na mysli buď úpravu stávajících pravidel upravujících tuto oblast advokacie, nebo jejich jiný výklad. V tomto ohledu si potom dovolím tvrdit, že výše uvedená citace z kárného rozhodnutí může být první „vlašťovkou“, která předznamenává, že se v nejbližší době můžeme skutečně dočkat změny, nebo alespoň debaty na téma, co je a není, v oblasti propagace advokáta, vzhledem k současným technologickým a komunikačním možnostem v souladu s pravidly profesní etiky advokátů.

²⁰³ Pro úplnost je třeba dodat, že v rámci kárného řízení se řešilo i podezření na porušení čl. 11 odst. 3 Etického kodexu ČAK. Kárný senát se tak zabýval otázkou, zda se kárně obviněný dopustil podporování subjektu, který neoprávněně poskytuje právní služby (tedy společnosti ÚZ s.r.o.). V tomto bodě kárné žaloby byl nicméně kárně obviněný na základě zjištěných okolností zproštěn.

²⁰⁴ Srov. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27.3. 2015, sp. zn. K 113/2014.

3.4. Stručné shrnutí k zákonným předpisům a kárné praxi: jak by se advokát neměl propagovat?

Výše v této práci byly představeny právní předpisy, které jsou základem pro možnosti propagace advokáta. Zároveň jsem se věnoval kárné judikatuře, v rámci které jsou právní předpisy aplikovány. Díky tomu je možné nastavit limity možnostem chování advokátů v rámci jejich propagace, které se v této části pokusím stručně shrnout. Předtím, než tak učiním, je samozřejmě vhodné uvést, že konkrétní hodnocení daného chování advokáta jako v souladu či v rozporu s kárnými předpisy je samozřejmě pouze na kárných orgánech ČAK. Stručný výčet níže budu vzhledem ke zjištění formulovat především jako výčet negativní, s odkazem na jednotlivé části této práce, kde se čtenář může dozvědět více informací.

Jak by se tedy advokát neměl propagovat, či jak by advokát neměl provádět akvizici nových klientů?

- Advokát by neměl volit takový způsob propagace nebo akvizice, kterým by se dopustil nečestného, nepoctivého jednání, které by snížilo důstojnost a vážnost advokacie. Toto pravidlo obecně prostupuje celou oblastí propagace advokáta a profesní etiky obecně. V tomto smyslu by tak advokát měl dopředu vyhodnotit formu i obsah jím zvolené propagace.
- Advokát by neměl rozesílat jakékoliv nevyžádané nabídky právních služeb, a to jakýmkoliv způsobem. Jedinou výjimkou je bezodkladnost takové nabídky osobě v právní tísní, přičemž okolnosti učinění takové nabídky musí obsahovat prvek nahodilosti. Tedy ze strany advokáta nemůže dojít k předem promyšlené a připravované nabídce osobě v tísní, která o takovou pomoc neprojevila zájem. To se netýká stávajících klientů nebo osob blízkých advokátovi.
- Advokát by se neměl dopustit šíření klamavých či zavádějících informací. Těmi se rozumí například tvrzení nabízející cenově „výhodnou“ nabídku, kterou ovšem objektivně takto hodnotit nelze. Stejně tak by se měl advokát zdržet tvrzení zaručujících výsledky ve věci nebo hanících kolegy advokáty.
- Advokát nesmí pro účely náboru užít jiných osob, včetně svých klientů.
- Advokát nesmí za zprostředkování klientů přijmout ani nabízet finanční či jinou odměnu.
- Advokát musí při propagaci své činnosti dodržet zákonnou povinnost mlčenlivosti. Tedy např. bez souhlasu klienta nesmí použít jeho jméno pro účely reference na webových stránkách.
- Advokát nesmí využít služeb jiné osoby, která by propagovala jeho služby v rozporu s pravidly profesní etiky.

3.5. Mezinárodní srovnání právní úpravy propagace advokátů

Propagace advokátů je samozřejmě předmětem právní regulace i v zahraničí. Stejně jako téměř každá lidská činnost, i oblast propagace advokáta je předmětem určitého vývoje, přičemž není možné se v tomto ohledu omezit pouze na tuzemské okolnosti. Pokud tak chceme na úpravu této oblasti výkonu advokacie v České republice nazírat s určitým nadhledem, komparaci s cizími právními řády se nevyhneme. Níže se tak budu věnovat již zmíněnému kodexu CCBE, na který ostatně v rámci přeshraniční činnosti advokáta odkazuje i tuzemský Etický kodex ČAK. Dále zmíním i regulaci propagace advokátů u našich dvou sousedů – Slovenska a Německa.

3.5.1. Evropská unie

Na evropské úrovni je primárním zdrojem profesní etiky advokátů kodex CCBE, jak jsem již uvedl výše v kap. 2.2.3. Problematice propagace advokátů se kodex CCBE věnuje především v čl. 2.6. a čl. 5.4.

Článek 2.6. nadepsaný jako Osobní reklama zní následovně:

Čl. 2.6.1. „*Advokát má právo informovat veřejnost o poskytovaných službách za předpokladu, že jsou tyto informace přesné a nejsou zavádějící a respektují povinnost mlčenlivosti a další klíčové hodnoty advokacie.*“

Čl. 2.6.2. „*Osobní publicita advokáta v médiích jako tisk, rozhlas, televize, elektronická komerční komunikace nebo jiná média se povoluje, pokud splňuje požadavky podle článku 2.6.1.*“

Porovnáním výše uvedeného a článků 25 a 26 Etického kodexu ČAK lze dojít k závěru, že autoři tuzemského stavovského předpisu se do značné míry inspirovali právě kodexem CCBE, když jsou tato uvedená ustanovení obou kodexů co do jejich znění téměř totožná. I z tohoto důvodu na tomto místě, co do výkladu těchto ustanovení, odkazují na kapitulu 3.2.

Pro doplnění je vhodné zmínit důvodovou zprávu kodexu CCBE, která v případě článku 2.6. definuje, že pojem „osobní reklama“ zahrnuje „... *reklamou advokátních firem i jednotlivých advokátů oproti společné reklamě, kterou organizují advokátní komory pro své členstvo jako celek.*“ Kodex CCBE tedy u pojmu reklama rozlišuje reklamu stavovskou a reklamu osobní. Toto rozdělení je zajímavé z toho pohledu, kdy se toto ustanovení na základě tohoto výkladu nevztahuje na případné propagační aktivity, které by činily samotné stavovské organizace napříč Evropou. Jedním z možných vysvětlení je skutečnost, že není předpokládána taková činnost podobných organizací. Alespoň v případě tuzemské ČAK lze konstatovat, že co do propagace advokacie se ČAK soustředí primárně na odbornou diskuzi, případně pořádání společenských akcí typu Právník roku nebo vydávání odborných periodik jakým například Bulletin advokacie.

V důvodové zprávě se dále konstatuje, že i přes ustanovení 2.6. jsou advokáti stále vázáni i vnitřními stavovskými předpisy svého domovského státu, stejně jako těch zahraničních v případě, že advokátní činnost v zahraničí vykonávají.

Článek 5.4. nadepsaný jako Odměna za doporučení zní následovně:

5.4.1. „*Advokát nesmí požadovat nebo přijímat od jiného advokáta nebo jiné osoby odměnu, provizi nebo jinou náhradu za referenci nebo doporučení advokáta klientovi.*“

5.4.2. *Advokát nesmí nikomu zaplatit odměnu, provizi nebo jinou náhradu za to, že k němu poslal klienta.*“

Opět lze konstatovat velká míra podobnosti s tuzemskou úpravou, konkrétně s čl. 32 odst. 1 Etického kodexu ČAK. Advokát činný v rámci Evropské unie tedy nesmí za doporučení či zprostředkování přijímat či nabízet finanční odměnu či jinou výhodu.

Důvodová zpráva kodexu CCBE uvádí, že hlavním objektem ochrany tohoto ustanovením je svobodná volba klienta zvolit si svého advokáta. Klient by tak neměl být determinován doporučením advokáta, jehož primárním cílem je získat za takové doporučení výhodu, viz výše. Zároveň z důvodové zprávy zjistíme, že toto ustanovení nebrání dohodám advokátů o sdílení odměny.²⁰⁵ V takovém případě je ovšem nezbytné postupovat v souladu s obecnými zásadami výkonu advokacie a příslušnými ustanoveními, která se věnují otázce odměny advokáta. Advokát by také neměl zapomínat na základní zásady výkonu advokacie, které upravuje Charta základních principů evropské advokacie.

Obecná evropská regulace propagace advokátů je tak totožná s tou tuzemskou. Což je pochopitelné, neboť z ustanovení uvedených výše lze vyvodit, že autoři Etického kodexu ČAK se do určité míry inspirovali právě kodexem CCBE. Byť kodex CCBE ve své preambuli vyjadřuje přání, aby jednotlivé evropské státy vykládaly a uplatňovaly svoje pravidla v souladu s kodexem CCBE, je stále třeba mít na paměti, že jednotlivé členské státy mohou regulovat pravidla profesní etiky advokátů na svém území jinak, včetně možností, jak může advokát informovat veřejnost o své činnosti.

²⁰⁵ Může jít o případy, kdy advokáti vykonávají činnost ve sdružení, nebo v situacích, kdy dochází k předání poskytování služeb advokátem, např. z důvodu úmrtí advokáta nebo přítomnosti zahraničního prvku ve věci, z důvodu čehož je třeba, aby byli zapojeni i další advokáti z cizích zemí. Srov. čl. 3.6. kodexu CCBE

3.5.2. Slovensko

Se Slovenskem nás vzhledem k nedávné historii pojí relativně blízké společenské vazby. Nabízí se tedy přiblížit si i slovenskou právní úpravu propagace advokátů s otázkou, zda ji Slováci pojali podobně, jako náš právní řád. Předpoklady pro tuto skutečnost tu totiž vzhledem k výše uvedeným historickým paralelám jsou takové, jaké bychom našli u jiných zemí jen stěží. Základními prameny, které regulují možnosti, jak může advokát propagovat svou činnost, jsou zákon č. 586/2003 Z. z. o advokácii (dále jako „ZoA“) a Advokátsky poriadok Slovenskej advokátskej komory (dále jako „AP“). V ZoA pak najdeme i odkazy na zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame (dále jako „ZoR“), který upravuje obecné požadavky na reklamu.

Propagaci a reklamě advokátní profese se věnují tři ustanovení ZoA. Ust. § 29a odst. 1 ZoA ukládá advokátovi obecnou povinnost zachovávat důstojnost a vážnost profese, a to při výkonu advokacie i mimo ni.²⁰⁶ Ust. § 29a odst. 2 ZoA zakazuje zprostředkování klientů za úplatu v podobném duchu, jako čl. 32 Etického kodexu ČAK. Advokáti na Slovensku tedy nemohou přijmout nebo nabízet plnění za zprostředkování či postoupení klienta po žádné osobě, včetně jiného advokáta.

Ust. § 29b odst. 1 ZoA v obecné rovině umožňuje advokátům informovat veřejnost o poskytování služeb prostřednictvím reklamy. Pro účely definice reklamy pak toto ustanovení odkazuje na ust. § 2 odst. 1 ZoR. Ust. § 29b odst. 2 ZoA nicméně rozsah reklamy do značné míry omezuje, když umožňuje advokátům v rámci reklamy uvádět pouze informace týkající se odborného zaměření a složení advokátní kanceláře. Dle ust. § 29b odst. 3 ZoA musí advokát při použití reklamy dbát na dodržování důstojnosti advokátního stavu, stavovské předpisy a nesmí užívat zavádějící a nepravdivé informace. Mimo to toto ustanovení v dalším odkazuje na § 3 ZoR, které stanoví všeobecné požadavky na reklamu.²⁰⁷

Pokud advokát vystupuje veřejně v souvislosti s výkonem advokacie, nesmí podle ust. § 29c odst. 1 ZoA vyzdvihovat svou osobu, činnost či advokátní kancelář, v rámci které advokacii vykonává. O svém klientovi nebo činnosti, kterou pro něho v rámci poskytování služeb vykonává, smí

²⁰⁶ Uvedené tři paragrafy ZoA jsou uvedeny pod nadpisem *Prezentácia výkonu advokátskeho povolania a reklama*. Pomocí systematického výkladu je tak patrné, že zákonodárce chtěl zdůraznit, že i v rámci informování veřejnosti o své činnosti je advokát povinen jednat v souladu se zachováním důstojnosti a vážnosti advokátního stavu.

²⁰⁷ Např. nesmí znevažovat lidskou důstojnost, národnostní a náboženské cítění či jakýmkoliv způsobem diskriminovat; nesmí propagovat násilí, vandalismus či schvalovat protiprávní jednání.

advokát na základě ust. § 29c odst. 3 informovat veřejnost pouze v případě, kdy disponuje souhlasem klienta nebo když je prokazatelné, že jsou tyto informace veřejně dostupné.²⁰⁸

AP jakožto stavovský předpis plní obdobnou funkci, jako Etický kodex ČAK u nás. Jde o závazný soubor pravidel profesní etiky, která doplňují právní rámec výkonu advokacie stanovený ZoA. Oproti Etickému kodexu ČAK ovšem AP neobsahuje konkrétní část, která by se blíže věnovala pravidlům soutěže advokátů, resp. úpravě jejich propagačních možností. Ustanovení týkající se propagace advokáta tak nalezneme pouze v první části AP.

V poněkud přeneseném významu se prezentaci advokáta věnuje § 1 odst. 5 AP, který stanoví, že advokát se prezentuje kvalitním výkonem. Z pohledu nástrojů propagace tedy toto ustanovení nic konkrétního nestanoví a v konečném důsledku může jít především o apel na profesní čest jednotlivých advokátů. Nicméně lze tento článek také vyložit v tom smyslu, že základě propagace advokáta je především kvalitní výkon jeho profese.²⁰⁹

Hned následující ustanovení § 1 odst. 6 AP zakazuje advokátům přijímat či nabízet plnění za zprostředkování, získání či postoupení klienta. Jde tak obsahově o totožné ustanovení, jakým je čl. 32 odst. 1 Etického kodexu, resp. čl. 5.4. kodexu CCBE. Ust. § 2 odst. 2 AP ukládá advokátovi povinnost dodržovat pravidla korektní soutěže a dbát na vážnost a důstojnost advokátní profese při výkonu advokacie i mimo ni. V případě druhé věty lze odkázat na výše uvedené ust. § 29a odst. 1 ZoA, které advokátovi ukládá totožnou povinnost.

Z pohledu porovnání slovenské a české právní úpravy propagace advokáta lze zdůraznit rozdíl v přístupu k právnímu ukotvení pravidel této činnosti. V případě slovenské úpravy došlo především k regulaci podstatné části této problematiky již v samotném zákoně a nikoliv v prováděcím stavovském předpisu. Situace u nás je opačná, když ZA obsahuje pouze základní ustanovení obecné etické povahy a v dalším odkazuje na Etický kodex ČAK. Bližší úpravu propagace advokáta pak ZA neobsahuje vůbec.

²⁰⁸ V kontextu tohoto ustanovení a § 29b odst. 2 ZoA uvedeného výše lze zmínit i judikaturu SAK, dle které není možné v rámci reklamy použít informace o výsledku sporu, i když z takto zveřejněných údajů není zřejmá totožnost klienta. Srov. Uznesenie P SAK č. 27/3/2022 z 10. 2. 2022.

²⁰⁹ Což potvrzuje i kárná judikatura SAK. Srov. Uznesenie P SAK č. 19/6/2021 z 11. 3. 2021 - „*Vychádzajúc zo všeobecného princípu, že advokát sa navonok prezentuje primárne kvalitným výkonom svojho povolania, je ponechané na dôslednom zvažovaní advokáta, akú formu a prostriedky na svoju prípadnú prezentáciu použije.*“ Dále Uznesenie P SAK č. 18/2/2019 „*Zverejňovanie ponúk s uvedením pevne stanovenej ceny nie je v rozpore so všeobecne záväznými platnými predpismi ani vnútornými predpismi komory. Advokát sa však v prvom rade navonok prezentuje kvalitným výkonom svojho povolania.*“

Slovenská regulace propagace advokátů se opírá také o obecnou právní úpravu reklamy. Oproti tomu česká právní úprava zákonem o regulaci reklamy a jeho úpravy reklamy nijak blíže neakcentuje. Byť je zřejmé, že například již zmíněná občanskoprávní nebo trestněprávní úprava nekalé soutěže, se na činnost podobnou činnosti advokátů vztahuje. Mimo to mohou být české advokátní kanceláře také předmětem stížnosti k Radě pro reklamu, její rozhodnutí ovšem nejsou závazná pro žádné subjekty mimo její členy. Rada pro reklamu je nadto soukromoprávním subjektem, jehož založení zákon neustanovuje. Propagace advokátů je tak u nás do jisté míry oddělena od obecné úpravy reklamy, když se jí blíže věnuje pouze Etický kodex ČAK a příslušná judikatura.

Jedním z možných vysvětlení tohoto odlišného nastavení může být fakt, že slovenská úprava se tolik nesnaží činnost advokáta oddělit od jiných oblastí lidské činnosti, které upravují jednotlivé *lex specialis*. Tedy naši sousedé se nebojí v zákoně regulující jejich činnost přiznat, že na propagaci advokátů se vztahují i základní obecná pravidla regulující reklamu. S tím může souviset i poněkud větší otevřenost a uživatelská přívětivost navigace na webových stránkách Slovenské advokátní komory (dále jen „SAK“) oproti ČAK. Návštěvník se tak snáze dostane k potřebným informacím, včetně významných a aktuálních kárných rozhodnutí a soudní judikatury.²¹⁰

3.5.3. Německo

Profesní etiku advokátů v Německu upravují především dva právní předpisy, kterými jsou spolkový zákon o advokacii (Bundesrechtsanwaltsordnung – dále jako „BRAO“)²¹¹ přijatý v roce 1994 a etický kodex advokáta (Berufsordnung für Rechtsanwälte dále jako „BORA“)²¹².

²¹⁰ Jako podtrhnutí zmíněné otevřenosti lze uvést následující odkaz na webových stránkách SAK, na kterých lze nalézt přehledně rozdělené oblasti týkající se výkonu advokacie, spolu s příslušnou právní úpravou a judikaturou. Srov. Výber disciplinárnych rozhodnutí. In: *sak.cz* [online] [cit. 03.02.2023]. Dostupné z: https://www.sak.sk/web/sk/cms/document/D_rozhodnutia/section/id86/_event/close. Jako další příklad lepší komunikace s laickou i odbornou veřejností může sloužit i dokument, který v rámci jednoho souboru obsahuje veškeré aktuální právní předpisy dotýkající se advokacie. Srov. https://www.sak.sk/web/sk/cms/document/241/section/111078/___docList___/rows/1549587/attr/name/p_review

²¹¹ Dostupný v anglickém jazyce na webových stránkách BRAK, Srov. BRAO. In: *brak.de* [online] [cit. 04.02.2022]. Dostupné z: https://www.brak.de/fileadmin/02_fuer_anwaelte/brao_engl_090615.pdf

²¹² BORA vydala stavovská organizace zastřešující advokáty napříč spolkovými státy Německa (v orig. Bundesrechtsanwaltskammer - BRAK). A anglickém jazyce dostupné na webových stránkách BRAK. Srov. BORA. In: *brak.de* [online] [cit. 04.02.2023]. Dostupné z: https://www.brak.de/fileadmin/02_fuer_anwaelte/berufsrecht/BORA_Stand_01.10.2022_en.pdf

Konkrétním pravidlům propagace advokátů se potom věnují pouze dvě ustanovení z obou právních norem. Ust. § 43b BRAO stanoví, že advokát smí inzerovat poskytování svých služeb, pakliže v takovém sdělení uvede pouze věcné informace týkající se formy a povahy těchto služeb a pokud takové jednání nesměruje k získání konkrétní zakázky.

BORA se věnuje propagaci advokátů v ust. § 6 a to ve třech odstavcích. Ust. § 6 odst. 1 BORA umožňuje advokátovi informovat veřejnost o poskytování svých služeb za předpokladu, že informace takto zveřejněné budou objektivní a věcně související s touto činností. Advokát by se měl podle ust. § 6 odst. 2 také vyvarovat uvádění informací o své úspěšnosti v zastupování nebo výdělečnosti, pokud mohou být takové informace zavádějící. Informace o kauzách či klientech jako reference lze v rámci propagace použít pouze, pokud k tomu dotyčný klient udělil souhlas. Ust. 6 odst. 3 BORA zakazuje advokátovi použít pro zajištění propagace služeb jiné osoby, kaby tato činila za tímto účelem úkony, které by byly v rozporu s právními předpisy, kterými se má advokát řídit. V tomto případě jde tak o ustanovení s podobným obsahem jako je čl. 28 Etického kodexu ČAK.

V kontextu úpravy propagace advokátů v Německu je možné zmínit konkrétní rozhodnutí Spolkového ústavního soudu ze dne 5. 5. 2015, sp. zn. 1 BvR 3362/14²¹³, v němž rozhodoval o stížnosti německého advokáta, který chtěl propagovat svou profesní činnost prostřednictvím hrnků s kontroverzními obrázky.²¹⁴ Spolkový ústavní soud potvrdil, že takové jednání je v rozporu s pravidly uvedenými BRAO a BORA, protože na advokáta a jeho jednání, v tomto případě jím konané informování o poskytování profesních služeb, jsou kladeny vyšší nároky, než je v reklamě obecně přijatelné. Na tomto místě lze připomenout výše v textu zmíněné rozhodnutí NSS ze dne 31. 5. 2004, sp. zn. 5 As 34/2003, ve kterém NSS došel k podobnému závěru, když stanovil, že se advokáti rovněž „...dobrovolně podřizují pravidlům etického chování, která jdou i nad rámec požadavků, stanovených právními normami pro ostatní subjekty práva.“

²¹³ Informace o této kauze byly čerpány z článku na webových stránkách Knihovny Kongresu Spojených států amerických. Srov. GESLEY, Jenny. Attorney Advertising in Germany | In Custodia Legis: Law Librarians of Congress. In: *loc.gov* [online]. 14. 7. 2017 [cit. 04.02.2023]. Dostupné z: [//blogs.loc.gov/law/2017/07/attorney-advertising-in-germany/](https://blogs.loc.gov/law/2017/07/attorney-advertising-in-germany/)

²¹⁴ Například jeden z obrázků vyobrazoval muže, který udeřil ženu přes její hýždě s textem: *Jste obětí domácího násilí? Zavolejte mi.*“ (volně přeloženo z anglické jazyka)

Závěr

Oproti ostatním oblastem poskytování advokátních služeb je propagace advokátů vcelku opomíjeným tématem. Přitom akvizice klientů je alfou a omegou advokátní praxe. Troufám si tvrdit, že pro každého začínající advokáta představuje nábor nových klientů jednu z hlavních výzev. Advokát je totiž v ekonomickém ohledu podnikatel jako každý jiný, protože je závislý na tom, aby měl komu svůj „produkt“ (tedy právní služby *sensu largo*) prodávat. Přitom ale zároveň „běžným“ podnikatelem není, a to mimo jiné i proto, že je vázán právě pravidly profesní etiky, která do určité míry determinují možnosti jeho jednání, včetně zmíněné akviziční činnosti.

Cílem mého úsilí při psaní této práce tak bylo předestřít, jak může v rámci pravidel profesní etiky advokát propagovat svou činnost. Při přípravě podkladů pro svou práci jsem záhy nabyl dojmu, že pokud se budu věnovat profesní etice, nemůžu pominout zmínku ani o morálce a etice jako takové. Zároveň jsem pokládal za důležité zdůraznit, že neexistuje jen jeden pohled na to, co je a není z pohledu etiky správné. Proto jsem se v první části této práce věnoval vybraným směrům spadajícím pod výše uvedenou normativní etiku, které představují různé pohledy, jak lze o otázce, co je správné, přemýšlet. Na závěr této části jsem se pak ve zkratce zabýval tím, zda je morálka subjektivní či nikoliv. Tedy zda lze ono „správné“ uchopit univerzálně. Na základě získaných poznatků, včetně vybraných psychologických studií, jsem potom dospěl k názoru, že základní morální hodnoty jsou univerzální napříč společenským spektrem. Zároveň mi přišla jako zajímavá myšlenka Haidtova, dle které není morální rozhodování založené na racionální úvaze, nýbrž jde o proces intuitivní a zásadním způsobem spojený s emocemi. Z pohledu advokacie je také třeba zmínit, že dle vybraných studií lze odlišit morální rozhodování advokáta před soudem a mimo něj. Během litigace je advokátovo rozhodování silně ovlivněno dodržováním stanovených pravidel, ve smyslu konvenční morálky tak, jak vývoj morálky vidí Kohlberg (konkrétně jde o čtvrtý stupeň vývoje morálky). Mimo soudní síň, tedy i v rámci případné propagace a akvizice klientů, se advokát mnohem více řídí vlastním hodnotovým řádem, který nemusí být tolik zaměřený na striktní dodržování nastavených pravidel.

Dále jsem se věnoval samotné profesní etice. Pokud jsem výše uvedl čtyři základní etické disciplíny, profesní etiku lze zařadit pod aplikovanou etiku. Jde totiž aplikaci teorií obecné etiky (především normativní etiky) na konkrétní situace. Ve zkratce je pak hlavním úkolem profesní etiky zajistit důvěru společnosti v danou profesi. Právě důvěra je pak hlavním předpokladem kvalitního výkonu takové profese. V případě profesní etiky advokátů jsem potom došel k závěru, že důvěra veřejnosti v tuto profesi je velmi důležitá kvůli funkci, kterou advokacie plní v demokratickém právním státě. Právě prostřednictvím advokátů se totiž lze primárně domáhat

ochrany základního lidského práva na soudní a jinou právní ochranu. Veřejnost by i díky dodržování pravidel profesní etiky měla mít v advokátní stav dostatečnou důvěru, aby mu následně mohla svěřit péči o ochranu svých práv.

Za velmi zajímavou považuji také skutečnost, že pravidla profesní etiky se prolínají rovněž do soukromého života advokáta. Tuto tezi jsem podpořil praxí, když jsem uvedl příslušná kárná rozhodnutí, včetně rozsudku NSS. Aspirující advokát by si měl uvědomit, že pokud se chystá na dráhu advokacie, včetně související koncipientury, musí vzít v potaz, že pravidla profesní etiky budou prostupovat jeho život i mimo výkon této profese. Z dostupné kárné judikatury ČAK dále vychází najevo, že mezi nejčastější kárná provinění, týkající se soukromého života advokáta, patří neschopnost plnit své (finanční) závazky. V obecné rovině je potom v oblasti prostupování profesně-etických pravidel i mimo výkon advokacie důležité dodržování obecných etických hodnot stanovených v čl. 4 odst. 1 Etického kodexu ČAK. V tomto kontextu také stojí za úvahu skutečnost, jak se ČAK o podobných proviněních, která nesouvisejí s výkonem advokacie, dozvídá. Ze samotné soukromé povahy takového jednání totiž plyne, že spáchání kárného provinění nemusí být ve většině případů pro orgány ČAK jednoduše zjištělné. Z dostupných kárných rozhodnutí nicméně vyplývá, že se tak děje primárně na základě podnětů z řad veřejnosti nebo je takové podezření na spáchání kárného provinění oznámeno jiným zástupcem advokátního stavu.

Třetí část mé práce se primárně věnuje propagaci advokáta. Součástí je ovšem i stručný výklad pojmů, které pod (marketingovou) propagaci spadají a které se úzce týkají i propagace advokáta – reklamy a PR (publicity). Na základě studia podkladů nezbytných pro vypracování této práce jsem pak došel k závěru, že můj původní záměr zaměřit se na reklamu advokátů a v tomto směru i pojmenovat samotnou diplomovou práci, by byl nesprávný. Reklama je totiž pouze jednou z možností, jak se advokát může propagovat, přičemž mým záměrem bylo zahrnout i další aktivity, které lze laicky podřadit pod pojem reklama. Proto jsem tuto část subsumoval pod pojem propagace, kdy lze pod tento termín podřadit veškeré tyto činnosti.

V části týkající se již přímo propagace advokátů jsem pokládal za nezbytné propojit teoretickou úpravu této problematiky (tím myslím příslušnou právní úpravu) s kárnou praxí ČAK. A to především z toho důvodu, že ustanovení Etického kodexu ČAK, upravující možnosti propagace advokátů, jsou mnohdy velice strohá nebo poněkud nepřesná. Užití některých marketingových pojmů je možné vzhledem k jejich velice podobnému významu považovat za nešťastné, či spíše nepřesné, což může zapříčinit různé výklady těchto pravidel. ZA se navíc otázce propagace advokáta nevěnuje vůbec, když obsahuje pouze generální klauzuli o profesní etice a v dalším

odkazuje na Etický kodex ČAK. I proto je součástí třetí části zmíněná kárná judikatura, která tvoří nedílnou součást toho, jak může advokát propagovat poskytování svých služeb. Ze skutkových okolností obsažených v jednotlivých kárných rozhodnutích dle mého názoru nejlépe vychází najevo, co je a co není z pohledu výkladu pravidel profesní etikou. V tomto ohledu bych uvedl, že jako nejčastější se mi jeví páchaní provinění proti čl. 31 odst. 1 Etického kodexu ČAK, kdy se advokáti dopouštějí oslovování konkrétních osob, které o jejich služby neprojeví zájem. Advokáti také mohou zvolit dovolenou formu propagace, avšak v rámci jejího obsahu se dopustí šíření zavádějícího, a někdy až klamavého jednání.

Na tomto místě bych měl zmínit, že, i přes svou veškerou snahu, jsem neměl k dispozici výraznější počet kárných rozhodnutí ČAK z posledního desetiletí, především od roku 2016 dále.²¹⁵ V rámci komunikace se zástupci ČAK jsem nicméně nabyl dojmu, že důvod menší dostupnosti kárných rozhodnutí z posledních let může být prozaický – těchto případů je obecně málo. I přesto se mi za pomoci zástupců ČAK některá rozhodnutí, včetně odůvodnění, podařilo získat. Na základě studia těchto dostupných kárných rozhodnutí jsem pak toho názoru, že v oblasti propagace advokátů lze v České republice očekávat vývoj, který bude úzce souviset především s rozvojem sociálních sítí (a digitálních prostředí obecně), a také s mnohem vyšší digitální gramotností nové nastupující generace advokátů, kteří s těmito nástroji budou umět lépe pracovat. Na tuto skutečnost se budou muset adekvátně připravit i kárné orgány ČAK. Především pak ve smyslu právního hodnocení užívání moderních kanálů komunikace advokátů s potenciálními klienty, včetně užívání technik, které v minulosti nebyly samozřejmostí. V budoucnu se tak v tomto ohledu můžeme dočkat podobné významné změny, jakou představovala novela Etického kodexu v roce 2003.

Součástí třetí části je i stručné srovnání s právní úpravou propagace advokáta, a to jak v rámci celoevropské regulace Evropské unie, tak se zmínkou právních úprav, ke kterým přistoupily vybrané státy EU sousedící s Českou republikou – Slovensko a Německo. Při porovnání kodexu CCBE s tuzemským Etickým kodexem ČAK je patrné, že ve vybraných článcích týkajících se úpravy propagace advokáta, došlo ze strany autorů Etického kodexu ČAK k velké míře inspirace právě z tohoto evropského pramene úpravy profesní etiky advokátů. Pro účely harmonizace pravidel profesní etiky v rámci celoevropského trhu lze nicméně tuto skutečnost hodnotit kladně.

²¹⁵ Tato skutečnost může být velice pravděpodobně způsobena i tím, že oblast náborů nových klientů a propagace advokátů nebude tím často projednávaným tématem v rámci kárné činnosti ČAK. Rozhodnutí z posledních let tak jednoduše nemusí existovat v takovém počtu.

Zvláště jsem chtěl zmínit slovenskou úpravu pravidel profesní etiky advokátů, neboť Slováci nám jsou z pohledu společenského i historického velice blízcí. Zajímalo mě tedy zejména srovnání jejich a našeho přístupu k propagaci advokátů. A jak se čtenář v příslušné kapitole této práce dozví, nabyl jsem dojmu, že Slováci jsou v tomto ohledu přece jen poněkud otevřenější a pružnější. Tamní právní předpisy lépe pracují s obecnou zákonnou úpravou reklamy, než je tomu v našem případě. S uvedenou větší otevřeností pak dle mého názoru souvisí i lepší komunikace tamní stavovské organizace SAK s veřejností oproti tuzemské ČAK. Už samotné zpracování webových stránek SAK, včetně zde snadno dostupných informací, je náznakem poněkud jiného přístupu k veřejnosti. Jako příklad mohu uvést především logicky vypracovanou a veřejnosti dobře přístupnou částí týkající se jednotlivých oblastí, v jejichž rámci se může advokát dopustit kárných provinění, včetně příslušné judikatury. Za zmínku pak určitě stojí skutečnost, že jak Slováci, tak Němci se regulace propagace advokátů dotýkají již ve znění tamních zákonů upravujících výkon advokacie, nikoliv až v rámci prováděcích stavovských předpisů, jako je tomu v našem případě. Může jít sice o drobnost, nicméně dle mého názoru názorně ilustruje, že propagaci advokátů se u nás nevěnuje adekvátní pozornost, respektive je tato činnost zákonodárnou mocí, a v celkovém kontextu patrně i současnou většinou advokátní obce, viděna jako nikoliv důležitá součást advokacie.

Shrnuto na závěr, jednání advokáta je oproti běžnému podnikateli determinováno pravidly profesní etiky, které regulují jeho činnost, včetně možností, jak se může propagovat. Rozhodovací praxe ČAK potvrzuje, že primárním úkolem advokáta je nesnižovat důstojnost advokátního stavu a zároveň neohrožovat důvěru veřejnosti uváděním klamavých či zavádějících informací. Stejně tak by se měl advokát vyvarovat nabízení svých služeb konkrétním osobám, které o ni neprojeví zájem. Je pak otázkou, jak současná pravidla a jejich výklad ovlivní vývoj v digitálním prostředí, a to zejména v oblasti IT technologií, sociálních sítí a médií obecně. Pokud jsem předchozí odstavec ukončil myšlenkou, že otázce propagace není ani mezi samotnými advokáty věnován dostatečný prostor, troufám si tvrdit, že do konce této dekády se v tomto ohledu dočkáme posunu k lepšímu.

Seznam použitých zdrojů

Seznam použité literatury

1. AELIANUS, Claudius. *Varia Historia* [online]. Londýn: Thomas Basset, 1670. Dostupné z: <http://penelope.uchicago.edu/aelian/>
2. ANZENBACHER, Arno. *Úvod do etiky*. 2. vyd. Praha: Academia, 2001. ISBN 80-200-0953-1.
3. ARISTOTELES. *Etika Nikomachova*. Praha: Jan Laichter, 1937.
4. BĚLOVSKÝ, Petr. Profesionalizace právníckého stavu za římské republiky a císařství. In: SKŘEJPEK, Michal. *Právnícký stav a právnícké profese v minulosti*. 1. vyd. Praha: Havlíček Brain Team. ISBN 978-80-903609-9-0.
5. ČERMÁK, Karel. Komora paternalistická nebo liberální? *Bulletin advokacie*. 2003, roč. 2003, č. 1, s. 85–86. ISSN 1805-8280.
6. ČERMÁK, Karel. *Pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky text s komentářem JUDr. Karla Čermáka* [online]. 2. vyd. Česká advokátní komora, 2000. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/files/180/BA_00_Z1.pdf
7. DRAPELA, Victor J. *Přehled teorie osobností*. 6. vyd. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-262-0040-6.
8. FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 3. vyd. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3432-0.
9. FRIEDEL, Tomáš. Potřebujeme etické kodexy? In: SOBEK, Tomáš. *Právní etika*. 1. vyd. Praha: Leges, 2019
10. GESLEY, Jenny. Attorney Advertising in Germany | In Custodia Legis: Law Librarians of Congress. In: *loc.gov* [online]. 14. 7. 2017 [cit. 04.02.2023]. Dostupné z: [//blogs.loc.gov/law/2017/07/attorney-advertising-in-germany/](https://blogs.loc.gov/law/2017/07/attorney-advertising-in-germany/)
11. GRAHAM, Jesse et al. Chapter Two - Moral Foundations Theory: The Pragmatic Validity of Moral Pluralism. In: DEVINE, Patricia a Ashby PLANT, eds. *Advances in Experimental Social Psychology*. 47. Academic Press, 2013, s. 55–130. DOI: 10.1016/B978-0-12-407236-7.00002-4
12. GRAHAM, Jesse, Jonathan HAIDT a Brian A. NOSEK. Liberals and conservatives rely on different sets of moral foundations. *Journal of Personality and Social Psychology*. US: American Psychological Association, 2009, roč. 96, s. 1029–1046. ISSN 1939-1315. DOI: 10.1037/a0015141
13. HAIDT, Jonathan. The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*. US: American Psychological Association, 2001, roč. 108, s. 814–834. ISSN 1939-1471. DOI: 10.1037/0033-295X.108.4.814
14. HAPLA, Martin a Tomáš FRIEDEL. *Profesní etika právníků*. Brno: Nugis Finem Publishing, 2022. ISBN 978-80-7614-007-3.
15. HEIDBRINK, Horst a Ondřej MÜLLER. *Psychologie morálního vývoje*. 1. vyd. Praha: Portál, 1997. ISBN 978-80-7178-154-7.

16. HORACE. *The Odes and Carmen Saeculare of Horace*. JOHN CONINGTON, přel. [online]. JOHN CONINGTON, přel. London: George Bell and Sons, 1882 [cit. 18.11.2022]. Dostupné z: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.02.0025%3Abook%3D1%3Apoem%3D11>
17. JANOTOVÁ, Helena, Karel SCHELLE a Iona SCHELLEOVÁ. *Profesní etika*. 1. vyd. Praha: Eurolex Bohemia, 2005. ISBN 978-80-86861-42-5.
18. KANT, Immanuel. *Základy metafyziky mravů*. Ladislav MENZEL, přel. [online]. Ladislav MENZEL, přel. Praha: Svoboda, 1990 [cit. 27.11.2022]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/studium/predmety/index.php?do=download&did=186423&kod=A FS100733>
19. KOHLBERG, Lawrence. Stages of moral development. *Moral education*. 1971, roč. 1, č. 51, s. 23–92. ISSN 0305-7240.
20. KOHLBERG, Lawrence a Richard H. HERSH. Moral development: A review of the theory. *Theory Into Practice*. Routledge, 1977, roč. 16, č. 2, s. 53–59. ISSN 0040-5841. DOI: 10.1080/00405847709542675
21. KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Dotisk. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. ISBN 80-247-0513-3.
22. KOTLER, Philip et al. *Moderní marketing*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
23. KOVÁŘOVÁ, Daniela a Tomáš SOKOL. *Etický kodex advokáta: komentář*. Wolters Kluwer, 2019. ISBN 978-80-7598-129-5.
24. MILL, John Stuart. What Utilitarianism Is. In: *Utilitarianism* [online]. 1863 [cit. 19.11.2022]. Dostupné z: <https://www.utilitarianism.com/mill2.htm>
25. O'SULLIVAN, Joan L. et al. Ethical Decisionmaking and Ethics Instruction in Clinical Law Practice. *Clinical Law Review*. 1996, roč. 3, č. 1, s. 109–174.
26. PLATON. *Ústava*. Praha: Oikoymenh, 2001. ISBN 80-7298-024-6.
27. REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 1. vyd. Voznice: Leda, 2001. ISBN 80-85927_85_3.
28. ROSŮLKOVÁ, Jana. Advokáti objevují sílu marketingu. In: www.ekonom.cz [online]. 3. 7. 2020 [cit. 30.01.2023]. Dostupné z: <https://pravniciradce.ekonom.cz/c1-66785580-advokati-objevuji-silu-marketingu>
29. ROZEHNAL, Aleš. *Média, etika a právo*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2022. ISBN 978-80-7380-884-6.
30. SKŘEJPEK, Michal, ed. *Právní stav a právní profese v minulosti*. 1. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2007. ISBN 978-80-903609-9-0.
31. SOBEK, Tomáš. *Právní etika*. 1. vyd. Praha: Leges, 2019. ISBN 978-80-7502-333-9.
32. SOKOL, Jan. *Malá filosofie člověka a Slovník filosofických pojmů*. 6. vyd. Praha: Vyšehrad, 2010. ISBN 978-80-7429-056-5.

33. THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-806-6.
34. TUGENDHAT, Ernst. *Přednášky o etice*. 1. vyd. Praha: Oikoymenh, 2004. ISBN 80-7298-086-6.
35. WINTER, Filip. *Právo a reklama*. Praha: Linde Praha, 1996. ISBN 80-7201-001-8.

Seznam použitých internetových zdrojů

1. BORA. In: *brak.de* [online] [cit. 04.02.2023]. Dostupné z: https://www.brak.de/fileadmin/02_fuer_anwaelte/berufsrecht/BORA_Stand_01.10.2022_en.pdf
2. BRAO. In: *brak.de* [online] [cit. 04.02.2022]. Dostupné z: https://www.brak.de/fileadmin/02_fuer_anwaelte/brao_engl_090615.pdf
3. CCBE. *Charta základních principů Evropské advokacie a Etický kodex* [online]. CCBE, 2008 [cit. 03.02.2023]. Dostupné z: https://www.ccbe.eu/fileadmin/speciality_distribution/public/documents/DEONTOLOGY/DEON_CoC/CZ_DEON_CoC.pdf
4. *informace-poskytnuta-dne--23--6--2016.pdf* [online] [cit. 31.01.2023]. Dostupné z: <https://www.cak.cz/assets/pro-verejnost/informace-poskytnuta-dne--23--6--2016.pdf>
5. *Kodex reklamy Rady pro reklamu, z.s.* [online]. 2023. Dostupné z: <https://www.rpr.cz/download/rpr/kodex.doc>
6. Přehled počtu advokátů a advokátních koncipientů v rámci ČAK k 4.1.2022. In: *cak.cz* [online] [cit. 29.01.2023]. Dostupné z: https://www.cak.cz/assets/priloha_3_2021_01.pdf
7. *Stanovy Rady pro reklamu, z.s.* [online]. 2023. Dostupné z: <https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-sl-detail?dokument=49172917&subjektId=742866&spis=328097>
8. Výber disciplinárnych rozhodnutí. In: *sak.sk* [online] [cit. 03.02.2023]. Dostupné z: https://www.sak.sk/web/sk/cms/document/D_rozhodnutia/section/id86/_event/cl_ose

Seznam použitých právních předpisů

1. Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb. a ústavního zákona č. 295/2021 Sb.
2. Ústavní zákon č. 1/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb., 515/2002 Sb., 319/2009 Sb., 71/2012 Sb. a 98/2013 Sb.
3. Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
4. Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících zákonů

5. Zákon č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů
6. Zákon č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů
7. Zákon č. 85/1996 Sb., o advokacii, ve znění pozdějších předpisů.
8. Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník
9. Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů
10. Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy
11. Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES
12. Zákon č. 586/2003 Z. z. o advokácii a o zmene a doplnení zákona č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní (živnostenský zákon)
13. Zákon č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov
14. Usnesení představenstva České advokátní komory č. 1/1997 Věstníku ze dne 31. října 1996, kterým se stanoví pravidla profesionální etiky a pravidla soutěže advokátů České republiky (etický kodex).
15. Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 197/1996 Sb., kterou se vydává zkušební řád pro advokátní zkoušky a uznávací zkoušky
16. Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 177/1996 Sb., o odměnách advokátů a náhradách advokátů za poskytování právních služeb
17. Vyhláška Ministerstva spravedlnosti č. 244/1996 Sb., kterou se podle zákona č. 85/1996 Sb., o advokacii, stanoví kárný řád
18. Advokátsky poriadok Slovenskej advokátskej komory schválený konferenciou advokátov 11. júna 2021

Seznam použité judikatury

1. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 14. 3. 2014, sp. zn. K 69/2013.
2. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 21. 5. 2010, sp. zn. K 123/2009
3. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 13.4.2000, sp. zn. 8/00
4. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27.6.2013, sp. zn. K 26/2013, resp. rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK v téže věci ze dne 9. 1. 2014
5. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 19. 3. 1999 sp. zn. K 298/98
6. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 12. 12. 2014, sp. zn. K 33/2014

7. Rozhodnutí odvolací kárné komise ČAK ze dne 27.9.2013, sp. zn. K 116/2011
8. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 20. 11. 1998 sp. zn. K 132/97 a K 139/98
9. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 16.11.2012. sp. zn. K 100/2012
10. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 27.3. 2015, sp. zn. K 113/2014
11. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 18.1.2016, sp. zn. K 123/2014
12. Rozhodnutí kárné komise ČAK ze dne 24.8.2021, sp. zn. K 128/2019
13. Rozsudek NSS ze dne 26.2.2015, sp. zn. 10 As 166/2014
14. Rozsudek NSS ze dne 31.5.2004, sp. zn. 5 As 34/2003
15. Uznesenie P SAK č. 27/3/2022 z 10.2.2022
16. Uznesenie P SAK č. 19/6/2021 z 11.3.2021
17. Uznesenie P SAK č. 18/2/2019
18. Rozhodnutí Spolkového ústavního soudu ze dne 5.5.2015, sp. zn. 1 BvR 3362/14

Abstrakt

Profesní etika advokátů v České republice se zaměřením na propagaci advokátů

V této diplomové práci se autor věnuje profesní etice advokátů se zaměřením na možnosti jejich propagace. Tato oblast výkonu advokacie je totiž poněkud opomíjená i přes to, že advokáti, podobně jako jiní podnikatelé, jsou v rámci udržitelnosti své činnosti odkázáni na dostatečný počet klientů. V rámci jejich náboru, respektive nabízení svých služeb jsou však advokáti nuceni dodržovat specifická profesně-etická pravidla, která jejich možnosti oproti běžným podnikatelům poněkud omezují.

Diplomová práce je rozdělena do tří hlavních částí. V první části se autor ve stručnosti věnuje etice obecně, s cílem představit čtenáři blíže tento filosofický pojem spolu s vybranými směry normativní etiky, které nabízejí východiska na otázku, co je správné. Zároveň se autor zamýšlí nad skutečností, zda jsou etická pravidla univerzální napříč společnostmi a kulturami či nikoliv, a to s pomocí vybraných poznatků z psychologie. Druhá část je zaměřená na výklad profesní etiky, a to jak té obecné, tak i specifické oblasti profesní etiky advokátů. Ve stručnosti pak tato část obsahuje i základní informace o právní regulaci jejich činnosti v České republice. Na závěr této části se autor věnuje otázce, zda pravidla profesní etiky zavazují advokáty i mimo rámec výkonu jejich činnosti, tedy v jejich soukromých životech. V tomto ohledu se autor odkazuje jak na současnou právní úpravu, tak na příslušnou kárnou i soudní judikaturu, a je toho názoru, že advokáti jsou skutečně vázáni profesně-etickými pravidly i mimo výkon svého povolání.

Třetí část pojednává o propagaci advokátů. Nejprve se autor věnuje výkladu základních informací i příslušných pojmů z oboru marketingu, aby následně přešel k možnostem propagace v oblasti advokacie. Třetí část této diplomové práce sestává jak z teoretické části, v níž se autor věnuje výše uvedenému a příslušné právní úpravě oblasti propagace advokátů, tak i z části praktické. V té se autor zaměřil na dostupná kárná rozhodnutí ČAK, která svým výkladem příslušných právních norem do značné míry dotváří hranice, v jejichž rámci se advokáti v rámci své propagace mohou pohybovat. Autor tato rozhodnutí blíže rozebírá a na jejich základě ilustruje častá provinění advokátů v oblasti své propagace. Na závěr této části autor zmiňuje právní úpravu propagace advokátů v rámci Evropské unie, Slovenska a Německa. V případě srovnání příslušných pasáží kodexu CCBE s Etickým kodexem ČAK je možné pozorovat velké podobnosti obou těchto právních úprav. V případě Slovenska a Německa pak autor vyzdvihuje zejména skutečnost, že oba tyto státy upravují otázku propagace advokátů alespoň částečně již v zákonných předpisech, zatímco v ČR tuto oblast upravuje primárně předpis podzákonný.

Název práce v anglickém jazyce

Professional Ethics of Attorneys in the Czech Republic with a Focus on the Promotion of Attorneys

Abstract

Professional Ethics of Attorneys in the Czech Republic with a Focus on the Promotion of Attorneys

In this Master's degree thesis, the author deals with the professional ethics of attorneys with a focus on possibilities of their personal promotion. This area of legal practice is somewhat neglected, despite the fact that attorneys, like other entrepreneurs, depend on sufficient number of clients in order to sustain their business activities. However, in the context of acquiring clients or offering their services, attorneys are forced to observe specific professional and ethical rules that to a certain extent limit their options compared to an ordinary entrepreneurs.

This thesis is divided into three major parts. In the first one, the author briefly discuss ethics in general and his aim is to introduce to a reader this philosophical concept together with selected directions of normative ethics offering solutions of what is right. The author concurrently reflects on the fact whether ethical rules exist universally across societies and cultures or not, using selected knowledge from psychology.

The second part focuses on interpretation of professional ethics both in general and in specific areas of professional ethics of attorneys. This section also contains in brief the basic information about legal regulations of attorneys in the Czech Republic. At the end of this part the author addresses the question of whether the rules of professional ethics bind attorneys also outside the scope of their professional activities, i.e. in their private lives. In this regard the author refers both to current legislations and to relevant disciplinary and judicial case-law, and according to his opinion attorneys are indeed bound by professional and ethical rules also outside their legal practice.

The third section deals with personal promotion of attorneys. The author starts with explanation of basic information and relevant concepts in the field of marketing, and then moves on to various promotion possibilities in law practice. The third section of this thesis consists of the theoretical part, in which the author deals with the above mentioned and relevant legal regulations of how may attorneys promote themselves, as well as of the practical part. There the author focuses on available disciplinary decisions of the ČAK, which through their interpretation of the relevant legal norms to a large extent complete boundaries within which attorneys may move while exercising their personal promotion. The author analyzes these decisions in more

detail and illustrates on them frequent mistakes made by attorneys in their promotional activities. At the end of this section the author mentions legislation of promotion of attorneys within the European Union, Slovakia and Germany. When comparing the relevant passages of the CCBE Code with the ČAK Code of Ethics, it is possible to observe great similarities between these two legal regulations. In the case of Slovakia and Germany, the author highlights in particular the fact that both of these states regulate the issue of promotion of attorneys at least partially already in legal regulations, while in the Czech Republic this area is regulated primarily by statutory regulation.

Klíčová slova

Etika, advokát, marketing, propagace, reklama

Key words

Ethics, attorney, marketing, promotion, advertising