

I mediální obraz vyhrává soudy

U mediálně sledovaných soudních sporů nestačí vědět, jak vyhrát po právní stránce. Advokát musí umět klientovi poradit i s tím, jak působit na veřejné mínění.

N

Nebývá výjimkou, že se soudní spory v Česku vlečou roky. Ani vítězství v takové při pak nemusí být pro žalovanou stranu

vždy výhrou. Už samotné trestní oznámení či obžaloba totiž staví bez ohledu na ústavou zaručenou presumpci neviny podezřelého do špatného světla. Mohou vést ke ztrátě zákazníků nebo člověka připraví o práci a znemožní mu nalezení nové. Média a veřejnost totiž žalovaného často odsoudí dřív, než jeho případ vůbec projedná soud.

„*Sestra Smrt putuje k soudu: Zabíjela, protože ji pacienti obtěžovali!*“ psala například v roce 2015 média o Věře Marešové, obžalované v souvislosti s náhlým úmrtím šesti pacientů v rumburské nemocnici. Soudní řízení provázely bulvární titulky i překvapené výroky rodinných příslušníků, podle kterých veřejnost nemůže mít pochyb o vině zdravotnice. Justice přitom později Marešovou osvobodila. Soudy shledaly, že neexistuje jediný přímý důkaz usvědčující Marešovou z toho, že by zabíjela.

Marešovou jako vražedkyně dokresloval zpočátku i její obraz před kamerami. K soudním jednáním se sestra od samého začátku dostavovala rozčuchaná, kapucí mikiny se před novináři snažila zakrýt obličej. Do médií se zásadně nevyjadřovala, prostor přenechávala svým kolegyním, které ji popisovali jako „*ráznou, dominantní, hlučnou*“. Pro podivná úmrtí pacientů neměl v prvních fázích procesu její obhájce žádné vysvětlení.

Úplně jiný obrázek bývalé zdravotní sestry dostala veřejnost v roce 2016, kdy nad ní Krajský

soud v Ústí nad Labem a později i vrchní soud také vynesl zprošňující rozsudek. K jednáním tentokrát přichází upravená zdravotnice se vztyčenou hlavou a v dobře padnoucím kostýmku. Médiím ráda sdělí, že svoji svobodu neoslaví alkoholem, ale pořádnou náloží řízků, jako by to udělal každý slušný člověk.

Právě tak může v praxi vypadat takzvané litigační PR. Jde o oblast vztahů s veřejností, jež se zabývá mediálním obrazem firem a lidí, kteří se dostali před soud. Pro sestru Marešovou však přišlo až příliš pozdě. Ačkoliv ji soudy osvobodily, veřejnost si ji dál pamatuje jako „*sestru smrt*“.

Veřejnost samozvaným soudcem

V době rychlého připojení k internetu a snadno dostupných zpravodajských informací nejen ze soudních síní se laická veřejnost stala samozvaným soudcem, často mnohem přísnějším než leckterý studovaný znalec. I soukromé spory se stávají veřejným jevištěm, na kterém se rozhoduje nejen o hmotném právu, ale především o dobrém jménu žalovaného.

A právě k tomu, aby soudní spor dobré jméno klienta nepoškodil, dopomáhá litigační PR. Je přitom jedno, zda před soudem stojí korporace nebo fyzické osoby. Obor je dnes díky všudypřítomným médiím a sociálním sítím na vzestupu. „*Mnozí advokáti jsou si už dnes dobře vědomi toho, jak významnou roli komunikace hraje. Vědí, že má velký vliv na veřejné mínění,*“ říká Lukáš Novák, poradce v oblasti litigačního PR.

Vyhrát v očích zákazníka či potenciálního investora je obvykle mnohem důležitější než vyhrát spor

po právní stránce. Právní sankce totiž může být minimální, zatímco přízeň veřejnosti je pro firmy zásadní. „Ve sporech, které jsou medializované nebo kde je přímo či nepřímo dotčena veřejnost nebo alespoň široká skupina třetích osob, například zákazníků, je litigační PR potřeba. Jedná se o specifické situace, se kterými nemusí mít standardní PR poradci klienta zkušenost,“ vysvětluje Jindřich Král, partner kanceláře Glatzová & Co., jež svým klientům služby litigačního PR nabízí.

Už samotné obvinění nebo účast na soudním sporu může být negativním signálem pro klienty firmy, kteří se o soudních řízeních dozvídají většinou pouze z médií. Novináři bývají nuceni shrnout komplikované právní otázky do zkratkovitých nadpisů a hesel, reálná situace se tak může velmi lišit od toho, jak případ vnímá veřejnost poté, co si o něm přečte v médiích.

„Pokud například padne rozsudek, který veřejnost nečeká, přestože právníci chápou, proč padl, pro veřejnost je to neuchopitelné a může rozsudek vnímat jako nespravedlivý,“ míní Novák.

Není kouře bez ohně

V médiích se také většinou jako první objevují informace, jež poskytne obžaloba či policie. I přesto, že se později mnohdy ukážou jako nepravdivé, veřejnost většinou považuje dál za pravdivé ty informace, které si zapamatuje, protože je vidí jako první. „Naši prací je vracet vychýlené kyvadlo, které bývá opravdu často vychýleno v neprospěch žalované strany,“ říká Lukáš Novák.

Součástí litigačního PR jsou tiskové zprávy, vyjádření advokátů po odchodu ze soudní síně i způsob, jakým se klient prezentuje před soudem. V některých případech je prací poradců litigačního PR naopak nic nezveřejňovat, dokud se o případ média nezačnou sama zajímat.

Tyto případy specialisté dokážou rozpoznat. Pokud se soudí dvě soukromé firmy, které s veřejností neobchodují, je litigační PR zbytečné, a to i přesto, že se může jednat o obrovské společnosti. Naopak pokud se působení firmy dotýká velkého množství koncových zákazníků, tak jako to bylo třeba v případě emisní kauzy automobilky Volkswagen, je namísto služeb PR poradců využít.

I tam, kde je strategií mlčení, mají ale PR specialisté místo. Důležitý díl jejich práce spočívá v preventivní přípravě klienta pro případ, že by se informace o soudu dostaly na veřejnost a musel by co nejdříve začít komunikovat svou verzi.

Strach z médií

V Česku zatím služby konzultantů v oblasti litigačního PR zdaleka nevyužívají všichni advokáti, kteří by z toho měli prospěch. Důvodem je především přetrvávající neznalost tohoto oboru. Na rozdíl od západních zemí je u nás tato disciplína zatím v začátcích. „Obecně mají komunikační

specializované služby v zahraničí mnohem delší tradici, proto se tam i litigační PR už využívá běžně,“ uvádí Novák.

Například v USA k rozvoji litigačního PR přispívá také způsob, jakým soudy rozhodují, tedy prostřednictvím poroty složené z náhodně vybraných občanů. O vině tak nerozhoduje pouze platné právo, ale také dojem, jaký dokážou strany sporu v porotcích zanechat. Ovlivnění veřejného mínění tam proto může mít vliv i na samotný rozsudek.

Litigační PR se hojně využívá také v Německu, kde stejně jako v Česku o vině a nevině rozhodují soudci. Podle Mezinárodní PR asociace je právě soudní systém důvodem, proč byli klienti k soudní PR pomoci dlouho skeptičtí. Zlom přinesla kauza někdejšího ředitele německé pošty Klause Zumwinkela z roku 2008, jehož obvinění z daňových podvodů a následné zatčení sledovalo v přímém přenosu celé Německo. Zumwinkel, jeho kariéra i jeho rodina byli zničeni ještě dávno před tím, než soud vynesl odsuzující rozsudek.

Dnes je litigační PR v Německu běžné. „Často je tam využívají všechny strany, například i státní zastupitelství,“ říká partner advokátní kanceláře bpv Braun Partners Marc Müller.

Dalším z důvodů, proč u nás není litigační PR tak běžné, je i strach klientů a neznalost s tímto druhem mediální pomoci. „Mnoho klientů do toho nechce jít, protože se snaží o to, aby jejich spory vůbec na veřejnost neunikly,“ říká Müller.

Zájem o tento obor však roste. A to nejen u klientů, ale především ze strany advokátů. „V mediálně sledovaných sporech litigační PR doporučujeme a klienti se po první - zpravidla opatrné - zkušenosti prakticky bez výjimky k zapojení PR odborníků staví pozitivně,“ uvádí ze své zkušenosti Král.

Právo až na prvním místě

Cílem advokátů i jejich klientů je pořád především vyhrát spor před soudem. Poradci z oblasti litigačního PR mají podpůrnou funkci a vždy se musí řídit doporučeními advokátů a právní strategií klienta. Na rozdíl od advokátů se ani PR poradci nedozvídají důvěrné informace o klientovi, pracují pouze s fakty, které se může dozvědět i veřejnost.

„Funkcí litigačního PR je doladit, doplnit taktiku v rámci předem dohodnuté strategie,“ říká advokát Jindřich Král. Právníci díky tomu mají možnost uvést věci na pravou míru, zastat se klienta a překřičet negativní skutečnosti vyplývající pouze z obžaloby. Veřejnost si totiž o případu vždy udělá obrázek, ať už s vyjádřením obviněného a jeho právníků, nebo bez něj. Mezi uznávané zásady krizové komunikace proto patří pravidlo: Je dobré říct o sobě vše dřív, než to řekne někdy jiný. Je totiž velice pravděpodobné, že to řekne horším způsobem.

Tatána Lysková
tatana.lyskova@economia.cz

V době rychlého připojení k internetu a snadno dostupných zpravodajských informací nejen ze soudních síní se laická veřejnost stala samozvaným soudcem, často mnohem přísnějším než leckterý studovaný znalec.