

Posudek diplomové práce

Diplomantka : Michaela Vítovská
Název práce : Reklama a soutěž advokátů
Konsultant : JUDr. PhDr. Stanislav Balík

Diplomantka Michaela Vítovská si zvolila pro svoji diplomovou práci téma z oboru advokacie a profesní etiky. Jedná se o problematiku, která od r. 1989 prošla vývojem a je předmětem neukončené a zjevně neukončitelné diskuse.

Michaela Vítovská se přidržela zadání diplomové práce, zabývala se vedle úvodu a závěru ve třech kapitolách reklamou a publicitou advokáta v obecné rovině, reklamou advokátů v zahraničí a pravidly soutěže a profesní etiky advokátů v současnosti. Práce má logickou strukturu, lze ocenit, že se diplomantka věnovala dané tematice z pohledu právněhistorického, komparatistického a právně filosofického.

Práce tohoto typu předpokládá, že autorka kromě části popisné přinese i svůj pohled na věc, vstoupí do diskuse a bude argumentovat ve prospěch svého názoru. Diplomová práce Michaely Vítovské tak po stránce informačně popisné nepřináší mnoho nového, je spíše seskládanou mozaikou, vycházející ze značně různorodých zdrojů, lze ji ale naopak ocenit za to, že se diplomantka nebála vyslovit své negativní názory tam, kde většinou a „oficiálně“ zaznívají spíše pozitiva (srov. např. hodnocení soutěží Právník roku a Právnická firma roku).

Autorka prokázala schopnost samostatné vědecké práce, diplomová práce má logickou strukturu a předepsanou formu, připojeno je i anglické resumé. Chápu, že autorka v některých pasážích přistoupila k tématu odpovídající esejistické formě, někde však se tak stalo až na úkor diplomové práci odpovídajícího slohového a jazykového projevu (např. na str. 22).


Lze očekávat, že práce vyvolá při obhajobě diskusi, při níž ovšem není nutné, aby diplomantka ve všem souhlasila se členy komise, stejně tak, jako nelze očekávat, že tito ve všech závěrech budou souhlasit s diplomantkou.

S ohledem na uvedené skutečnosti práci doporučuji připustit k obhajobě a hodnotím ji, přes uvedené výhrady, ještě jako velmi dobrou.

Obhajoba by se mohla zaměřit na následující otázky:

- 1) Nástin vývoje pohledu na reklamu advokáta v českých zemích.
- 2) Odlišnost publicity advokáta oproti obecným požadavkům na reklamu.
- 3) Reklama a skrytá reklama advokáta.
- 4) Modely reklamy advokáta v zemích Evropské unie ze zorného úhlu komparatistiky.
- 5) Diplomantčina představa o rozsahu publicity její případné budoucí advokátní praxe.

V Praze dne 6. 4. 2014


JUDr. PhDr. Stanislav Balík