

REPUTATION PARASITISM AND INTERNET

STANISLAV BARKOCI

Faculty of Law, Comenius University in Bratislava (Department of Commercial, Financial and Economic Law), Slovak Republic

Abstract in original language

Internet ako hospodárske súťažné prostredie poskytuje široké spektrum možností na uplatnenie záujmov súťažiteľov. Ekonomická dostupnosť a výrazná efektívnosť internetového marketingu atraktivitu tohto súťažného priestoru iba zvyšuje. S prenikaním konkurenčného boja na internet je spojené aj prenikanie nekalosúťažných praktík a využívanie osobitostí internetu na ich realizáciu. Príspevok je venovaný jednej z nekalosúťažných praktík, ktorou je parazitovanie na povesti podniku, výrobkov alebo služieb súťažiť a s ňou spojenými špecifikami.

Key words in original language

nekalá súťaž, internet, parazitovanie na povesti

Abstract

Internet as a competitive economic environment provides competitors a wide range of options for application of their interests. Economic availability and significant efficiency of internet marketing even increases attractiveness of this competition area. Transfer of competition to internet is followed by transfer of unfair practices and exploitation of internet specifics for their implementation. Paper is focused on one of unfair practices, which is parasitism on reputation of enterprise, products or services of a competitor and related specifics.

Key words

unfair competition, internet, reputation parasitism

Úvod

Hospodárska súťaž prebiehajúca v prostredí internetu sa vyznačuje špecifikami, ktoré umožňujú súťažiťom na dosiahnutie svojich cieľov uplatniť nekonvenčný prístup k použitiu niektorých súťažných nástrojov a tým získať želaný náskok pred konkurenciou. Právny poriadok sa v mnohých prípadoch pomerne ťažko vysporiadava s invenciou súťažiteľov a vôbec právnou reguláciou vzťahov, k vzniku ktorých v spojitosti s internetom dochádza. Príčin môže byť viacero a nemusia platiť všeobecne.

Jedným z dôvodov je určite rýchle tempo vývoja informačných technológií a charakter internetu ako média globálnych rozmerov. Právna úprava nedokáže v nadnárodnom rozmere kopírovať dynamiku rozvoja internetu, v dôsledku čoho aj napriek existencii národných úprav obmedzujúcich alebo zakazujúcich využívanie niektorých internetových technológií, jednoduchosť a rýchlosť ich využitia v iných krajinách bez náležitej právnej úpravy umožňuje ich aplikáciu. V prenesení tohto konštatovania na problematiku nekalej súťaže je možné uviesť ako príklad niektoré nekalosúťažné nástroje (napr. linking, framing, meta-tagging, cybersquatting), ktorých používanie je v krajinách dlhodobejšie využívajúcich internet ako hospodársky priestor pomenované ako nekalosúťažné a taktiež ako nekalosúťažné aj postihnutelné.

Parazitovanie na povesti

Rozšíreným nekalosúťažným fenoménom v priestore internetu je parazitovanie. Parazitovanie môže mať veľké množstvo podôb a je charakteristické prelínaním sa s inými pomenovanými skutkovými podstatami nekalej súťaže. Obchodný zákonník v § 48 vymedzuje parazitovanie na povesti nasledovne:

Parazitovaním je využívanie povesti podniku, výrobkov alebo služieb iného súťažiteľa s cieľom získať pre výsledky vlastného alebo cudzieho podnikania prospech, ktorý by súťažiteľ inak nedosiahol.

V rámci úpravy Obchodného zákonníka ide o samostatnú skutkovú podstatu, ktorej naplnenie však v praxi často býva spojené ďalšími skutkovými podstatami nekalej súťaže ako klamlivá reklama alebo vyvolanie nebezpečenstva zámeny. K naplneniu skutkovej podstaty parazitovania na povesti je okrem základného predpokladu, nekalosúťažného konania, teda konania v hospodárskej súťaži, ktoré je v rozpore s dobrými mravmi súťaže a je spôsobilé privodiť ujmu iným súťažiteľom alebo spotrebiteľom nevyhnutné, aby išlo o konanie úmyselné s cieľom získať neoprávnený prospech pre seba alebo iného a v spojitosti s úmyselnosťou konania je ďalším predpokladom preukázanie zavinenia a teda subjektívnej zodpovednosti za takéto konanie. Na druhej strane z legálnej definície nevyplýva požiadavka zavedenia alebo oklamania adresáta informácie.¹

„Aby bolo parazitovanie na cudzej povesti postihnutelné podľa tohto ustanovenia, musí byť cielené, teda úmyselne orientované. Tento cieľ spočíva v získaní prospechu pre výsledky vlastného alebo cudzieho podniku,

¹ Pozri: Patakyová, M. a kol.: Obchodný zákonník. Komentár. 3. vydanie. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 142

ale iba takého prospechu, ktorý by súťažiteľ inak ako poukazovaním na povest' výrobkov alebo služieb iného súťažiťa nedosiahol. Nie je však podmienkou, aby prospech skutočne nastal."²

V spojitosti s parazitovaním by bolo možné spomenúť viacero javov, ktoré sa s ním spájajú ako napríklad tzv. riedenie (dilution)³ alebo spôsobov akými k parazitovaniu dochádza, napríklad v spojitosti s klamlivou reklamou alebo vyvolávaním nebezpečenstva zámeny. V ďalšom texte sa však chcem zamerať na niektoré formy parazitovania na povesti na internete, spomedzi viacerých nekalosúťažných nástrojov využívaných v priestore internetu ako napríklad spamming, cybersquatting, domain grabbing, framing, linking alebo meta-tagging som zvolil na bližšie objasnenie práve posledné dva spomínané.

Je potrebné si uvedomiť, že spomínané spôsoby nekalosúťažného konania na internete, sú len zneužitím technológií, ktorých vývoj, ani prvotné poslanie nesmerovali k ich zneužívaniu a sú v bežnej praxi využívania internetu nevyhnutným nástrojom pre jeho fungovanie a plnohodnotné používanie. Nástrojmi nekalosúťažného konania sa stávajú v dôsledku obsahu, ktorý je ich prostredníctvom sprostredkovaný, resp. spôsob akým je tento obsah sprostredkovaný z nich v niektorých prípadoch robí nástroje nekalej súťaže.

Linking

Jednou z technológií je, ktorá býva často zneužívaná na parazitovanie na povesti je označovaná ako linking. Používanie *odkazov* (označovaných v hovorovej reči ako "link") je jednou zo základných funkcií internetu ako ho poznáme dnes, zabezpečujú nám napríklad možnosť prechádzať jednoduchým kliknutím z jednej webovej stránky na druhú. Z technického hľadiska ide o reťazec v zdrojovom kóde webovej stránky umožňujúci prostredníctvom prehliadača (napr. Internet Explorer, Opera) otvoriť inú webovú stránku, na ktorú *odkaz* smeruje. Pre ešte lepšie pochopenie je potrebné si uvedomiť, že *odkaz* môže smerovať buď na už spomínanú inú stránku alebo aj na inú sekciu tej webovej stránky, na ktorej sa nachádza. Ako je zrejmé z technologického hľadiska ide o bežný nástroj, ktorý s nekalou súťažou nemá nič spoločné. V spojitosti s komercializáciou internetu však dochádza aj k zneužívaniu tejto technologickej funkcie a prostredníctvom nej napríklad aj k parazitovaniu na povesti. O linkingu ako o nekalosúťažnom nástroji môžeme hovoriť napríklad za okolností

² Štenglová, I. - Plíva, S. - Tomsa, M. a kol.: Obchodní zákoník. Komentář. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009, s. 185

³ bližšie pozri Pozri: Patakyová, M. a kol.: Obchodný zákonník. Komentár. 3. vydanie. Praha: C. H. Beck, 2010, s. 143

popísaných v ďalšom texte. V prípade odkazu smerujúceho z jednej webovej stránky na druhú je pomerne časté, že odkaz z odkazujúcej stránky nesmeruje na hlavnú stránku (home page) prepájaného webu, ale na niektorú z jeho podstránok alebo inak, na niektorú zo sekcií v rámci štruktúry danej webovej stránky, na ktorú odkaz smeruje.⁴ Ako príklad možno uviesť situáciu, keď odkaz z jednej stránky smeruje na konkrétnu fotografiu alebo článok v štruktúre inej stránky, pričom užívateľ je k tomu obsahu nasmerovaný priamo bez zhliadnutia domácej stránky (home page). Prepojením odkazu z odkazujúcej stránky priamo na takýto obsah, môže viesť k tomu, že užívateľ sa vyhne prezretiu domácej stránky webu, na ktorý odkaz smeruje, pričom obsahom domácej stránky môžu byť informácie o pôvodcovi všetkého obsahu v rámci daného webu, jeho vzťah k obsahu celého webu, prípadne predmetom duševného vlastníctva obsiahnutým v rámci webu. Ďalej v spojitosti s takýmto druhom odkazu dochádza veľmi často k parazitovaniu vyvolávaním dojmu, že pôvodcom informácií, ku ktorým odkaz smeruje je subjekt prezentovaný odkazujúcou webovou stránkou a nie subjekt, na ktorého stránke sa reálne obsah nachádza. Takýto neoprávnený linking býva často zneužívaný aj v spojitosti s ochrannými známkami, kde prostredníctvom linkingu dochádza k vyvolávaniu dojmu z prepojenia určitých súťažiteľov, čo môže viesť až k zníženiu rozlišovacej spôsobilosti ochrannej známky.

Meta-tagging

V rámci nekalej súťaže v priestore internetu je využívaný tiež tzv. meta-tagging, ktorý podobne ako linking spočíva v zneužití technologického riešenia – meta-tagov⁵, ktoré primárne slúžia ako zdroj informácií o webovej stránke, napríklad o tom aký program bol použitý na vytvorenie stránky, popis stránky a vo vzťahu k nekalosúťažnému konaniu najmä kľúčové slová, ktoré sú relevantné pre danú stránku. Meta-tag je súčasťou zdrojového kódu web stránky a nie je viditeľný. Mechanizmus meta-taggingu je založený na fungovaní internetových vyhľadávačov (napr. Google, Yahoo). Veľa vyhľadávačov používa pri indexovaní web stránok informácie uložené v meta-tagoch. Pri vyhľadávaní informácii na internete prostredníctvom vyhľadávačov (čo je pravdepodobne najčastejší spôsob získavania informácií z internetu) vzniká priestor pre zneužitie meta-tagov na nekalosúťažné účely a to predovšetkým obsiahnutím takých informácií v rámci meta-tagu, na základe ktorých internetový vyhľadávač vyhledá stránku, ktorej reálny obsah nekorešponduje alebo len nepriamo

⁴ Táto praktika býva nazývaná aj ako deep linking. Deep linking predstavuje formu odkazu, ktorý smeruje na stránku umiestnenú hlbšie v štruktúre webovej stránky a umožňuje nasmerovať užívateľa ku konkrétnemu obsahu bez potreby jeho hľadania v štruktúre webu.

⁵ <http://www.techterms.com/definition/metatag>

korešponduje s kľúčovými slovami obsiahnutými v meta-tagu. V rámci meta-taggingu bývajú zneužívané známe značky, obchodné mená alebo iné známe označenia, pri ktorých zadaní do vyhľadávača, vyhľadávač v dôsledku meta-taggingu vyhľadá stránku subjektu ktorý nemá právo na používanie označenia obsiahnutého v meta-tagu svojej stránky, užívateľ býva často uvedený do omylu a vyhľadávačom nájdenú stránku často navštívi, čím jednak zvyšuje jej návštevnosť a atraktivitu ako reklamného priestoru a tiež pomerne často dochádza k parazitovaniu v dôsledku vyvolania dojmu o spoločnom pôsobení týchto subjektov.

Záver

Dva spomínané spôsoby nekalosúťažného konania môžu pôsobiť na čitateľa abstraktne, avšak ich prítomnosť v rámci súťaže prebiehajúcej na internete je reálna, aj keď pre bežného užívateľa možno nie vždy zrejímá. Užívateľ internetu veľakrát vyhodnotí vyššie popísané javy ako technickú nedokonalosť, napríklad keď mu vyhľadávač navrhuje na otvorenie stránky, po otvorení ktorých sa užívateľ nedočká obsahu, ktorý by korešpondoval s heslom zadaným do vyhľadávača. Užívateľ môže „chybne“ vyhľadanú web stránku ihneď opustiť a tým je celý proces uzavretý, ale môže na nej aj zotrvať a venovať pozornosť jej obsahu aj napriek tomu, že to pôvodne nemal vôbec v úmysle. V týchto momentoch často dochádza k získaniu neoprávnenej výhody v súťaži a nenápadná chyba vo vyhľadávaní sa môže stať efektívnym súťažným nástrojom v boji s konkurenciou. Tieto nástroje je potrebné vnímať v kontexte rozvinutosti internetového podnikania alebo využívania internetu ako hospodárskeho priestoru, čo v našich podmienkach ešte stále môže vyvolávať pochybnosti o relevancii ich pomenovania ako nekalosúťažných nástrojov, je však potrebné uviesť, že ide o nástroje, ktoré sú využívané aj v našom priestore a problém spočíva v ich nedostatočnej identifikácii.

Literature:

- Patakyová, M. a kol.: Obchodný zákonník. Komentár. 3. vydanie. Praha: C. H. Beck, 2010
- Štenglová, I. - Plíva, S. - Tomsa, M. a kol.: Obchodní zákoník. Komentář. 12. vydání. Praha: C. H. Beck, 2009
- Švidroň, J. a kol.: Právo duševného vlastníctva v informačnej spoločnosti a v systéme práva. Bratislava: Veda, 2009

- Munková, J.: Právo proti nekalé soutěži: Komentář. Praha: C. H. Beck, 1996

Contact – email

stanislav.barkoci@flaw.uniba.sk