

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Hrozba medializací, aneb jestli mi tu reklamaci neuznáte, dám to na Facebook. Co na to právo?

Není to nijak neobvyklé a mnozí to jistě již zažili - dostali jsme se do styku s nepoctivým dodavatelem, který nechce vyhovět našim (přínejmenším podle nás) oprávněným nárokům. V takovém případě jistě už nejednoho napadlo pohrozit takovému dodavateli, že o jeho nepoctivých praktikách se „brzo dozví celý svět“. Takovou hrozbu navíc v dnešní době není ani nijak obtížné splnit. Na sociálních sítích nebo jinde na internetu zvládne publikovat už téměř každý a dosah takových příspěvků nemusí být zanedbatelný, zvláště pokud se najde dostatek dalších, dotyčným dodavatelem poškozených zákazníků, kteří takový příspěvek dále sdílí svým kontaktům.

Jak se ale na takové jednání dívá právo? Můžeme očerněním dodavatele v našem jednání s ním hrozit, a co se naopak může stát nám, když s takovou hrozbou přijdeme, nebo ji už dokonce uskutečníme?

V rovině soukromého práva záleží v první radě na tom, zda vystupujeme jako zákazník spotřebitel nebo jako zákazník podnikatel. Pozice zákazníka podnikatele je znatelně horší. Oproti dodavateli zpravidla není slabší smluvní stranou a předpokládá se u něj jistá míra odbornosti při jeho podnikatelské činnosti. Z toho vyplývá, že by si měl své dodavatele předem prověřit, vědět, co od nich může očekávat a v případě potíží se bránit především právní cestou. Medializace nepoctivého chování dodavatele ze za těchto okolností snadněji dostane do rozporu s právními předpisy, a to především s těmi o nekalé soutěži. V této souvislosti lze připomenout, že mezi soutěžiteli může být za určitých okolností zakázaným nekalosoutěžním jednáním i rozšiřování pravdivých informací o podnikání jiného soutěžitele, pokud takové jednání může takovému soutěžiteli přivodit újmu, viz definici tzv. zlehčování v § 2984 občanského zákoníku. Stejně tak je protiprávní i neoprávněný zásah do dobré pověsti člověka, či právnické osoby. Hrozba medializací pak může sama o sobě také naplnit definici nekalosoutěžního jednání (je-li činěna v obchodním styku, v rozporu s dobrými mravy soutěžitele a je-li způsobilá přivodit postiženému soutěžiteli újmu), popřípadě může jít o tzv. bezprávnou výhrůžku zakládající neplatnost právního úkonu a právo na náhradu škody a to zejména tehdy, když se hrozí něčím, co vyhrůžující není oprávněn učinit, nebo vyhrůžuje tím, co by sice byl oprávněn učinit, avšak prostřednictvím výhrůžky si vynucuje něco, k čemu být použita nesmí.

Je samozřejmě otázkou, zda je každé kritické vyjádření o výrobcích a službách určitého podnikatele nekalosoutěžním jednáním či neoprávněným zásahem do dobré pověsti a namísto je samozřejmě odpověď, že nikoli. Například uvedení kritické recenze na webových stránkách k tomu určených, jejíž obsah je pravdivý a ke kritice využívá přiměřených výrazových prostředků, pravděpodobně nebude v rozporu s dobrými mravy soutěže, a tudíž o zakázané nekalosoutěžní jednání nepůjde a stejně tak nepůjde ani o neoprávněný zásah do dobré pověsti. Zda šlo v daném případě o přiměřenou kritiku nebo o protiprávní jednání ovšem může rozhodnout pouze soud po zvážení všech okolností konkrétního případu a namísto je tedy opatrnost předtím, než se rozhodneme takovou informací publikovat nebo publikací hrozit.

Spotřebitelé mají svou pozici lepší v tom, že se na normy práva nekalé soutěže ohlížet nemusí. I oni

se však mohou veřejnou kritikou dodavatele dopustit například poškození dobré pověsti člověka či právnické osoby a to zejména tehdy, je-li kritika nepravdivá nebo vedena nepřiměřenými prostředky.

V trestněprávní rovině pak hrozba medializací může být posouzena zejména jeho trestný čin vydírání. Ten spáchá, kdo jiného násilím, pohrůzkou násilí nebo pohrůzkou jiné těžké újmy nutí, aby něco konal, opominul nebo trpěl (§ 175 trestního zákoníku). Existuje již několik rozhodnutí (viz např. rozhodnutí Ústavního soudu IV. ÚS 1097/18 ze dne 11. 12. 2018), podle nichž poškození dobré pověsti publikací zpráv v médiích může za určitých okolností být právě tou „jinou těžkou újmou“, a ten, kdo jí hrozí, může tedy tento trestný čin spáchat. Záleží však jako vždy na okolnostech. Důležité bude zejména, zda ten, kdo hrozí, byl skutečně dotyčným dodavatelem poškozen (tedy jeho nárok vůči dodavateli je oprávněný) a zda prostředky k tomu zvolené nejsou nepřiměřené vzhledem k cíli, který má být dosažen. I zde je vždy třeba mít na paměti, že právní řád pro případ neshody mezi dodavatelem a odběratelem v první řadě počítá s podáním příslušné žaloby a nikoli s dehonestací dodavatele na internetu. Na druhou stranu je ale také platí, že právo na veřejnou kritiku nepoctivých podnikatelů je důležitou součástí svobody projevu v demokratické společnosti a uchyluje se k ní zpravidla právě ten, kdo má vůči takovému podnikateli nějaký svůj neuspokojený nárok – jinak by k takové kritice nebyl důvod. Je zřejmý rozdíl mezi zveřejněním věcné a přiměřené kritiky a spuštěním rozsáhlé dehonestací mediální kampaně vůči dotyčnému podnikateli např. na sociálních sítích, pak je ale celá řada případů takzvaně mezi tím. Nalezení hranice mezi těmito protichůdnými zájmy je opět úkolem soudu v konkrétním případě a nemusí být vždy jednoduché.

Výše uvedené lze zřejmě shrnout tak, že pokud už někdo zamýšlí svému dodavateli hrozit medializací, nebo už dokonce přikročit k realizaci takové hrozby, měl by si v první řadě jist, že jeho nárok, jehož se takto snaží domoci, je skutečně oprávněný a prostředky, kterými hrozí, nebo které realizuje, jsou přiměřené daným okolnostem. V pochybnostech je třeba volit spíše zdrženlivější přístup, protože hranice mezi přípustnou kritikou a neoprávněným poškozením dobré pověsti je neostrá a často obtížně předvídatelná. Totéž platí i o hrozbě veřejnou kritikou, resp. medializací (dle našeho názoru) nepoctivého jednání, kde k sobě hrozba oprávněným výkonem práva na svobodu projevu a trestný čin vydírání mohou mít leckdy blíže, než si myslíme.



Michal Matějka

Partner

P / R / K

ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ

[PRK Partners s.r.o. advokátní kancelář](#)

Jáchymova 2
110 00 Praha 1

Tel.: +420 221 430 111

Fax: +420 224 235 450

e-mail: prague@prkpartners.com

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Nová „tlačítková“ povinnost pro e-shopy](#)
- [Digital Omnibus: Revoluce v datech, nebo jen nová zátěž pro podnikatele?](#)
- [Darování pro případ smrti nemovité věci zapsané v katastru nemovitostí a určení výše odměny soudního komisaře](#)
- [Flotilová novela: Kdo a kdy musí nově získat licenci k distribuci pojištění?](#)
- [Nová pravidla pro ground handling v EU a jejich dopady na letecký sektor](#)
- [Právní due diligence nemovitostí: na co se v praxi skutečně zaměřit](#)
- [Hmotněprávní opatrovník obchodní korporace: mezi efektivní ochranou a zásahem do korporační autonomie](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 32.: Konkurenční doložka](#)
- [Skryté ujednání v realitní smlouvě - zbytečná hra na schovávanou](#)
- [Odpovědnost člena voleného orgánu dle § 159 OZ a vymezení škody způsobené právnické osobě](#)
- [Vnosy do společného jmění manželů a jejich valorizace v aktuální judikatuře Nejvyššího soudu a Ústavního soudu](#)