

## OBSAH

PREDHOVOR .....	7
ZOZNAM POUŽITÝCH SKRATIEK .....	9
ÚVOD .....	20
<b>1 TEORETICKÉ A LEGISLATÍVNE VÝCHODISKÁ UMELEJ INTELEGENCIE A OCHRANY SPOTREBITEĽA .....</b>	<b>37</b>
1.1 Od determinizmu k umelej inteligencii .....	42
1.2 Právny rámec umelej inteligencie .....	52
1.2.1 Normatívna definícia umelej inteligencie .....	69
1.2.2 Klasifikácia umelej inteligencie v Nariadení AIA (v B2C kontexte) .....	78
1.2.3 Protektívne opatrenia v súvislosti s umelou inteligenciou ....	116
1.3 Umelá inteligencia a občianske právo .....	120
1.3.1 Subjektívizácia umelej inteligencie (AI ako subjekt občianskoprávnych vzťahov) .....	127
1.3.2 „Dereifikácia“ umelej inteligencie (AI ako predmet občianskoprávnych vzťahov) .....	136
1.3.3 Umelá inteligencia v spotrebiteľských vzťahoch (AI v B2C) .....	143
1.4 Vyhodnotenie overovania čiastkovej hypotézy H.1 .....	160
<b>2 NEPRIJATEĽNÉ ZMLUVNÉ PODMIENKY A UMEĽÁ INTELEGENCIA .....</b>	<b>165</b>
2.1 Zmluvné podmienky vytvorené prostredníctvom AI a ich de-šandardizácia .....	170
2.1.1 Zakázané spôsoby vytvárania zmluvných podmienok prostredníctvom AI .....	172
2.1.2 Zmluvné podmienky vytvorené prostredníctvom AI legálnym spôsobom .....	174
2.2 (Ne)inkorporácia použitia AI do zmluvných podmienok .....	179
2.3 Cenotvorba prostredníctvom AI a prieskum primeranosti ceny ....	183
2.3.1 Cenotvorba AI na základe objektívnych faktorov (neindividualizovane) .....	186

2.3.2	Cenotvorba AI na základe subjektívnych faktorov (individualizovane) .....	188
2.3.3	Všeobecne k prieskumu ceny spotrebiteľskej zmluvy stanovenej AI .....	195
2.4	Vylúčenie zodpovednosti za vady a za škodu spôsobenú AI .....	203
2.5	Interpretácia spotrebiteľskej zmluvy a AI .....	204
2.6	AI a ďalšie neprijateľné zmluvné podmienky .....	214
2.7	Vyhodnotenie overovania čiastkovej hypotézy H.2. ....	217
<b>3</b>	<b>NEKALÉ OBCHODNÉ PRAKTIKY A UMEĽÁ INTELIENCIA ...</b>	<b>223</b>
3.1	AI-washing všade navôkol .....	261
3.1.1	Klamlivé propagovanie produktov ako disponujúcich AI .....	264
3.1.2	Klamlivé propagovanie spôsobilostí AI .....	266
3.1.3	Označovanie produktu ako výsledku použitia AI .....	269
3.2	AI ako akcelerátor temných vzorov ( <i>dark patterns</i> ) .....	271
3.2.1	Temné vzory „explicitne“ zakázané .....	282
3.2.2	Temné vzory ako agresívna obchodná praktika .....	293
3.2.3	Temné vzory ako klamlivé opomenutie konania .....	298
3.2.4	Temné vzory ako klamlivé konanie .....	301
3.2.5	Temné vzory ako nekalá obchodná praktika podľa tzv. generálnej klauzuly .....	302
3.2.6	Temné vzory, ktoré nie sú nekalou obchodnou praktikou .....	302
3.3	AI a spotrebiteľ ako produkt ( <i>data harvesting</i> ) .....	307
3.4	AI riadená hyper-personalizácia .....	318
3.4.1	Personalizovaná propagácia .....	320
3.4.2	Personalizované poradie propagovaných produktov .....	331
3.4.3	Personalizovaná propagovaná cena produktu .....	339
3.4.4	Personalizované odmietnutie poskytnutia produktu .....	344
3.4.5	Personalizovaný produkt .....	350
3.5	AI ako tvorca <i>deepfake</i> .....	354
3.6	AI a falošné užívateľské recenzie ( <i>fake reviews</i> ) .....	365

3.7	AI zneužívajúca zraniteľnosť spotrebiteľov .....	371
3.7.1	Zneužívanie nedostatku telesných schopností spotrebiteľa .....	375
3.7.2	Zneužívanie nedostatku duševných schopností spotrebiteľa .....	376
3.7.3	Zneužívanie veku spotrebiteľa .....	378
3.7.4	Zneužívanie dôveryčivosti spotrebiteľa .....	382
3.8	AI ako „šmejď“ (návrat predajných akcií) .....	384
3.9	AI ako chatbot v spotrebiteľskom servise .....	392
3.10	Vyhodnotenie overovania čiastkovej hypotézy H.3. ....	403
<b>4</b>	<b>ZODPOVEDNOSŤ ZA VADY PRODUKTU (S) AI .....</b>	<b>414</b>
4.1	Predpoklady vzniku zodpovednosti obchodníka za vady produktu (s) AI .....	417
4.1.1	Existencia platnej spotrebiteľskej zmluvy .....	418
4.1.2	Dodanie/poskytovanie produktu (s) AI spotrebiteľovi .....	420
4.1.3	Porušenie povinnosti obchodníka dodať produkt (s) AI riadne .....	423
4.1.4	Existencia vady produktu (s) AI .....	462
4.1.5	Príčinná súvislosť medzi porušením povinnosti obchodníka plniť riadne a vadou produktu (s) AI .....	467
4.1.6	Prejavenie vady AI v stanovenom čase .....	469
4.1.7	Uplatnenie vady spotrebiteľom riadne a včas .....	472
4.2	Práva spotrebiteľa zo zodpovednosti za vady produktu (s) AI .....	483
4.3	Vyhodnotenie overovania čiastkovej hypotézy H.4. ....	496
<b>5</b>	<b>ZODPOVEDNOSŤ ZA ŠKODU SPÔSOBENÚ PRODUKTOM (S) AI .....</b>	<b>501</b>
5.1	Zodpovednosť za škodu spôsobenú umelou inteligenciou .....	502
5.2	Zodpovednosť za škodu spôsobenú vadným produktom (s) AI .....	506
5.2.1	Produkt (s) AI ako „výrobok“ (existencia „výrobku“) .....	511
5.2.2	Produkt (s) AI uvedený na trh (uviedenie alebo použitie výrobku na trhu) .....	516

5.2.3 Existencia vady produktu (s) AI (vada výrobku) .....	523
5.2.4 Vznik škody spotrebiteľovi (poškodenému) .....	534
5.2.5 Príčinná súvislosť medzi vznikom škody a vadou produktu (s) AI (výrobku) .....	543
5.2.6 Absencia liberačného dôvodu výrobcu .....	545
5.2.7 Uplatnenie práva poškodeným v premlčacích lehotách .....	552
5.3 Vyhodnotenie overovania čiastkovej hypotézy H.5. ....	554
<b>ZÁVER</b> .....	560
<b>ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY</b> .....	577