

AZ EURÓPAI SZABADALMI AKADEÉMIA A FELHASZNÁLÓORIENTÁLT WEBLAPOKRÓL

2008 novemberében Lille-ben tartott továbbképzést az Európai Szabadalmi Akadémia. A háromnapos szemináriumon, amelynek a címe: *User-oriented web-site concepts* volt, 14 országból 21 olyan szakember vett részt, aki az öt delegáló nemzeti hivatalban informatikai, illetve webfejlesztéssel foglalkozik. Az előadók között egyetemi oktató, nemzeti hivatali informatikai vezető, webfejlesztő, szabadalmi adatbázisok fejlesztésére szakosodott cégvezető éppen úgy volt, mint a világ egyik legnagyobb és legismertebb televíziótársaságának kreatív igazgatója vagy a nemzetközi szellemi tulajdon-védelmi szervezetek képviselői.

HIVATALI HONLAP HELYETT IPARJOGVÉDELMI PORTÁL

Franciaországban a párizsi központi iparjogvédelmi hivatal mellett tizenhat regionális hivatal működik, amelyek közül az egyik legfontosabb az iparáról híres Nord-Pas-de-Calais régiót ellátó lille-i hivatal.

Az iparjogvédelmi tevékenységet ma már elképzelni sem lehet honlapok nélkül, ezért a francia nemzeti hivatal (INPI) nagy gondot fordít honlapjának korszerűsítésére, hatékonyságának növelésére. Az INPI informatikai vezetője mutatta be azt a másfél évig tartó fejlesztést, amelynek eredményeképpen az intézmény korábbi hivatali honlapját gazdag elektronikus szolgáltatásokat kínáló portállá fejlesztették.

Az INPI saját bevételből gazdálkodó közhivatal, amely a gazdasági, ipari és foglalkoztatási minisztérium felügyelete alá tartozik. 2007-ben a francia nemzeti hivatal 191 millió eurós bevételt ért el; 17,1 ezer szabadalmi, 74,4 ezer védjegy- és 72,8 ezer ipariforma-bejelentést fogadott nemzeti úton. Mindezek mellett a hivatal vezeti a nemzeti kereskedelmi és cégadatbázist (National Register of Commerce and Companies – RNCS), amelyben 415,3 ezer bejelentőt regisztráltak.

Alaptevékenysége mellett az INPI aktívan részt vesz a szellemi tulajdon-védelemmel kapcsolatos hamisítás elleni küzdelemben, az iparjogvédelemmel összefüggő jogi szabályozás kialakításában, valamint a nemzetközi szervezetek (WIPO, EPO, OHIM) munkájában. A hivatal mindezt a feladatot 800 alkalmazottal látja el.

2007-ben a hivatal új portállal jelent meg az interneten. A fejlesztés nagy sikert hozott: a 2 millió látogató (ez a szám 6,8%-kal több lett az előző évinél) 17 millió oldalt tekintett meg. A felhasználói visszajelzések egyértelműen pozitívak: jó a fogadtatása a portál szerkezetének, a grafikának, sokan kattintanak rá a gyakran ismételt kérdésekre (FAQ). A fejlesztési projekt 18 hónapig tartott. Az internetes portál kialakítására 250 ezer eurót, a párhuzamosan elkészült intranetre pedig 150 ezer eurót fordítottak. A portál éves karbantartási költsége 100 ezer euró.

A portált külső cég fejlesztette. Kialakításával kapcsolatban a hivatal óhaja a következő volt: a felhasználó maximum három egérgattintással találja meg a keresett információt, tudja meg a legfontosabbakat az eljárásokról, illetve indíthassa el az általa kiválasztott iparjogvédelmi procedúrát (például az elektronikus bejelentést).

A portál fő szerkezeti elemei:

- szabadalmi információk keresése az Espacenet adatbázisban,
- keresés a Patent Registerben,
- védjegykereső szolgáltatás,
- formatervezési minták keresése,
- Euridile – cégadatbázis,
- szabadalmak, illetve védjegyek online bejelentése,
- iparjogvédelmi oktatás,
- szabadalmi ügyvivők adatbázisa.

Az elkészült portál szerkezete:

- Jobb oldalon kaptak helyet az adatbázisok és az elektronikus szolgáltatások, köztük a hivatalos közlöny (az ábrán 1. számmal jelölve).
- A jobb felső harmadban érhető el az iparjogvédelmi eljárások az egyes oltalmak szerint (az ábrán 2. számmal jelölve).
- Közvetlenül az eljárások alatt lehet az űrlapokat és a költségeket megtalálni (az ábrán 3. számmal jelölve).
- A képernyő bal alsó sarkában olvashatók a gyakran ismételt kérdések (az ábrán 4. számmal jelölve).
- Középpont a hivatal éppen aktuális szlogenje, alatta a hírek és az eseménynaptár látható. A mellette lévő keretben olvasható kérdésekre kattintva a legfontosabb tudnivalókra kaphat választ a látogató: mi az az iparjogvédelem? Miért kell, illetve hogyan lehet védeni az alkotásokat? Hogyan lehet küzdeni a hamisítás ellen? Az utolsó két elemre kattintva lehet megismerni az iparjogvédelem legfontosabb szereplőit, illetve jellemző adatait.
- A képernyő jobb alsó sarkában a hamisítás elleni küzdelem egyszerű, de szellemes logója látható: a behajtani tilos táblát formázó piros kör felső részén a hamisítás szó, középpont a „NON MERCI” („KÖSZÖNÖM, NEM”) felirat olvasható. A hamisítás elleni kampány logója mellett kapott helyet a céginformációs adatbank, az Euridile.

2009-re kétmillió látogatót várnak és 20 millió letöltött oldalt terveznek a francia iparjogvédelmi hivatal portálján.¹ A szeminárium résztvevői elismeréssel nyilatkoztak az új portálról, bár volt, aki szóvá tette az angol nyelvű verzió hiányát.

¹ <http://www.inpi.fr/> (a portál csak francia nyelven férhető hozzá)

The screenshot shows the INPI website interface. At the top left is the INPI logo and navigation links. A search bar is present. A horizontal menu lists categories: 'Procédures by theme' (with sub-items: Marques, Brevets, Dessins et modèles, Sociétés - Registres), 'L'INPI pour vous', and 'Services et prestations'. A vertical sidebar on the right contains 'Formes & fees' and 'Databases and e-services'. The main content area features a large banner 'Découvrez-le dès le 2 juin!' with a soccer goal image. Below the banner are three columns of content: 'Actualités - Agenda', 'La propriété industrielle', and 'L'INPI vous répond'. A 'FAQ' section is at the bottom right. Numbered annotations 1-4 point to: 1. 'Databases and e-services' sidebar; 2. 'Procédures by theme' menu; 3. 'Formes & fees' sidebar; 4. 'FAQ' section.

1 Databases and e-services

2 Procédures by theme

3 Formes & fees

4 FAQ

1. ábra: A Francia Nemzeti Iparjogvédelmi Hivatal új portáljának fő elemei²

² Részlet F. R. Hannart: From a corporate site to the INPI „services portal” c. előadásából

A szeminárium holland résztvevője elmondta, hogy az ő hivataluk más utat választott: mindössze három hónap alatt, csakis ingyenes, nyílt hozzáférésű szoftverekkel készítették el az új honlapot.

Külön előadás keretében számoltak be arról, hogyan gazdagítják az INPI portáljának tartalmát a felhasználóktól érkező kérdésekkel. Lille-ben a regionális hivatal ügyfélszolgálatára napi 700-800, főként iparjogvédelmi tárgyú telefonhívást kap. Egy nemrégben lefolytatott felmérés szerint az érdeklődők 60%-a telefonálás előtt már tájékozódott a portálon, de az ott talált információk nem bizonyultak elegendőnek. A regionális hivatal ügyfélszolgálatára rögzíti a beérkező hívásokat, amelyekből adatbázist épít, és a telefonon érkező, közérdeklődésre számot tartó kérdésekkel folyamatosan frissíti az interneten elérhető „Gyakori kérdések” rovatot.

AZ ANGOL HIVATAL ONLINE SZOLGÁLTATÁSAI

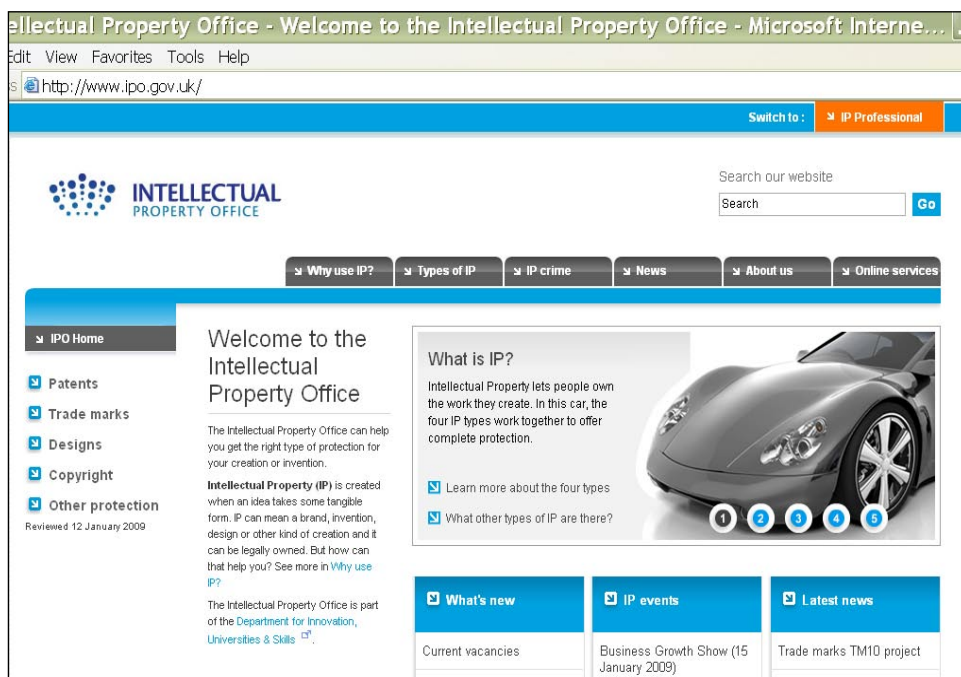
Az Egyesült Királyság iparjogvédelmi hivatalának honlapjáról napi átlagban 66 ezer oldalt töltenek le. 2007-ben a központi ügyfélszolgálat 92 ezer telefonhívást regisztrált, 12 ezer e-mailt és 400 levelet kapott, 230 látogatót fogadott.

Az angol hivatal honlapja a következő célokat hivatott ellátni: a szellemi tulajdon-védelem tudatosítása, a területtel kapcsolatos politika alakítása, a szellemi tulajdon-védelmi ismeretek átadása és e téren a tudatosság növelése.

A honlap kialakításának pillérei: a meglévő információk, a hivatal szellemi tőkéje, a külső kilátások és a folyamatos párbeszéd. A rendelkezésre álló információk közül az előadó a következőket tartotta fontosnak kiemelni: a webstatisztika, a gyakran ismételt kérdések, a központi ügyfélszolgálat tapasztalatai, a reklamációk és más ügyfélvisszajelzések, valamint a társintézmények honlapjainak szolgáltatásai.

Az angol hivatal a franciához hasonlóan következtetésekre jutott: a felhasználói szükségleteket aszerint lehet csoportosítani, hogy milyen a használók iparjogvédelmi tudásszintje és adatbázis-keresési tapasztalata, illetve, hogy milyen típusú és milyen szintű információkra van szükségük. Az előadó a következőkben összegezte a honlapfejlesztés során szerzett tapasztalatokat: nem lehet eléggé odafigyelni a felhasználókra, akikhez a lehető legközelebb kell kerülni. Minden szinten és minden posztra olyan alkalmazottakat kell állítani, akik alkalmasak az ügyfelekkel, felhasználókkal való elmélyült foglalkozásra, szakszerű bánásmódra.

A hivatal azzal is az iparjogvédelmi tudatosságot növeli, hogy már a honlap nyitóoldalán látványosan, közérthetően hívja fel a figyelmet arra, hogy a hétköznapi élet legtöbb használati tárgya iparjogvédelmi oltalmat élvez.



2. ábra: Az Egyesült Királyság Szellemitulajdon-hivatalának honlapja

ESETTANULMÁNY A BELSŐ PIACI HARMONIZÁCIÓS HIVATAL FELHASZNÁLÓBARÁT HONLAPJÁNAK KIALAKÍTÁSÁRÓL

A Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (BPHH – Office for Harmonization in the Internal Market) öt nyelven hozzáférhető honlapjának új változata a következő alapelvekre épül: a honlap legyen

- átfogó, mindenre kiterjedő,
- könnyen hozzáférhető,
- aktuális tartalmú,
- logikusan felépített.

A hivatal új honlapja igyekszik a fenti elveknek megfelelni. A BPHH kiemelt figyelmet szentel a felhasználók igényeinek, visszajelzéseinek. Amint a következő képernyőképen látható, 2009 elején felhasználói elégedettségmérés kezdődik a BPHH-nál, amelybe valamilyeni, 2008-ban a hivatallal kapcsolatba került felhasználót igyekeznek bevonni.



3. ábra: A BPHH honlapja

Az új honlappal kapcsolatos eddigi visszajelzések többnyire pozitívak voltak, de érzékelhető, hogy még több energiát kell a kommunikációra, a felhasználókkal való folyamatos kapcsolattartásra fordítani. Az ügyfelek jól fogadták azt a fejlesztést, amely lehetővé teszi, hogy biztonságos felületen keresztül, adataik egyszeri megadásával tudják követni ügyeik állását, kereshessenek az adatbázisokban, kommunikálhassanak a hivatal ügyfélszolgálatával, indíthassanak új online bejelentést stb. Egyértelműen pozitív fogadtatásra lelt az eljárások költségeinek többszöri csökkentése.

AZ OECD ÚJ KERESŐRENDSZERE

Komoly kritikák fogalmazódtak meg az OECD korábbi online szolgáltatásaival kapcsolatban: túl sok tudásra volt szükség a megfelelő adatok kikereséséhez, a külső felhasználók nehezen tudták megtalálni a megfelelő adatokat, testreszabott beállításokra nem volt lehetőség, a keresőrendszer lassan működött stb.

2007-ben kezdték az új lekérdező rendszer, a *Query Wizard for International Development Statistics* fejlesztését. A QWIDS keresőrendszer iránt megfogalmazott követelmények: le-

gyen könnyen használható, ne kelljen hozzá ismerni sem az adatbázist, sem a statisztikai táblák belső szerkezetét, ne kérjen azonosító adatokat a felhasználóktól, platformfüggetlen legyen, gyorsan működjön, használja a meglévő infrastruktúrát stb. – mindezt összefoglalva: az új keresőrendszer felhasználóközpontú tervezési eljárással készüljön. A fejlesztés során korszerű projektervezési módszereket alkalmaztak – ez tette lehetővé, hogy a munkacsoport tagjai sok ezer kilométer távolságra dolgozzanak egymástól.

A felhasználók három nagy célcsoportját különítették el: az adatbázis-használati hozzáértés szempontjából a három csoport a kezdőktől a haladó szintű felhasználókon át a szakértőig terjed. Nagyjából ez a tudásszint jellemzi a szakmai érdeklődés szerint elkülöníthető három csoportot is: az elsőbe a nagyközönség, a másodikba az oktatási szféra, a média és a szakemberek tartoznak, a harmadikat a kutatók és a statisztikai adatszolgáltatók alkotják. E szempontok alapos elemzése után megalkották a „Personákat” – a Personák³ a felhasználók archetípusai, amelyek legfőbb jellemzői alapján pontosan meghatározták az egyes profilokat. A fejlesztés során a kidolgozott felhasználói profilok szemszögéből elemezték a kialakítandó felhasználói interfészt, a portál funkcionalitását, a navigációs eszközöket.

A QWIDS keresőrendszer 2008 decemberétől érhető el az OECD portálján.⁴

A PORTÁLFEJLESZTÉS ÁLTALÁNOS ELVEI

Kik a tényleges felhasználók? Milyen tudással, fogalmi készlettel, szókinccsel rendelkeznek? Milyen célból érkeztek a szóban forgó honlapra? Hogyan tudják a céljaikat megfogalmazni? Mivel foglalkoztak, mielőtt rákattintottak volna a honlapunkra? Hogyan lehet mérni a felhasználók elégedettségét?

Mindezekre a kérdésekre nagyon fontos (volna) megtalálni a választ, hiszen ezzel biztosítható, hogy egy jelentős ráfordítással elkészített honlapszolgáltatás valóban hatékony és eredményes legyen, amely együtt jár a felhasználók elégedettségével.

Világszerte intenzív kutatások folynak a felhasználók szokásainak megismerése érdekében. A professzionális webfejlesztők abból indulnak ki, hogy a felhasználó mindig valamilyen cél elérése érdekében hív be a képernyőjére egy honlapot. A felhasználók kattintásaiából mindig kikerekedik egy történet, amely legtöbbször nemcsak az adott pillanatról szól, hanem sokat elárul a felhasználó személyiségéről, késztetéseiről, elfoglaltságáról. Sajnos a honlaptervezők többségének a tudása nem terjed túl a legegyszerűbb feladatokon, ezért többnyire nem törődnek a felhasználók célcsoportjait jellemző fontos szempontokkal.

A fejlesztők szempontjából a legfontosabb, hogy a lehető legpontosabban meg tudják fogalmazni a honlap leendő felhasználóinak az igényeit. A sok szakmai információt tar-

³ A Persona tervezési folyamatról a <http://www.designstamp.com/> oldalon lehet tájékozódni.

⁴ <http://stats.oecd.org/qwids/>

talmazó honlapokon általában három felhasználói csoportot szoktak megkülönböztetni: a kezdőket, a haladókat és a szakértőket. Az egyik legnehezebb feladat ugyanazon a honlapon e három, egymástól eltérő tudással bíró csoport igényeit kielégíteni.

A szakmai igények mellett a honlapnak egyéb feltételeknek is meg kell felelnie – ezek közül a legfontosabb a számítógéppel végzett munka környezeti feltételeinek kialakítása, beleértve a használhatóságot nagyban befolyásoló interfészt. A tervezés során mindenképpen figyelembe kell venni az ergonómiai követelményeket megfogalmazó nemzetközi szabvány előírásait.⁵

A felhasználók igényeihez alkalmazkodó honlaptervezés iteratív folyamat, melynek során lépésről lépésre kell közelíteni a végső célhoz: meg kell találni a felhasználók céljai és az üzleti célok közötti legjobb kompromisszumot. Az elképzeléseknek megfelelő prototípus kialakítása után azt többirányú tesztelésnek kell alávetni. A tesztelés legfontosabb része a felhasználók visszajelzéseinek elemzése. Az alapos, körültekintő tervezésbe befektetett munka viszont busásan megtérül a honlap majdani forgalmán.

IPARJOGVÉDELEM ÉS WEB 2.0

Az újgenerációs webfejlesztés lényege: a felhasználók is aktívan bekapcsolódnak az online tartalom előállításába. Az innovatív szemléletű megoldások közül az iparjogvédelmi hivatalok honlapján is hatékonyan lehet alkalmazni az RSS szolgáltatást (a felhasználó közvetlen értesítést kap az őt érdeklő új tartalom honlapra kerüléséről), a felhasználók által leggyakrabban keresett fogalmakból álló kulcsszófelhő megjelenítését, a honlapok – bizonyos keretek közötti – personalizációját, a véleménynyilvánításra szolgáló felhasználói fórumot stb.

A szemináriumon a BBC kreatív igazgatója több példát mutatott be a felhasználók által kialakított egyéni honlapok közül. A BBC online szolgáltatásának 38 millió rendszeres felhasználója van világszerte. A bbc.co.uk doménnév alatt 2000 különböző oldalt készítenek központilag. Nemrégén lehetővé tették, hogy a felhasználók összeállítsák a számukra legérdekesebbnek tartott elemekből saját BBC-oldalukat. A vártnál lényegesen több felhasználó élt ezzel a lehetőséggel. Először sokan csak a honlap színét változtatták meg, de kíváratva kialakultak a fő érdeklődési csoportok: a gyermekneveléssel, sporttal, főzéssel, utazással kapcsolatos egyéni oldalak, amelyek aztán csoportokká szerveződtek. Mára sokan teremtették meg a lehetőséget arra, hogy a hozzájuk hasonló érdeklődésűekkel együtt közösségi oldalakat építsenek.

⁵ ISO 9241 A képernyős megjelenítővel végzett irodai munka ergonómiai követelményei – <http://www.mszt.hu>

KÁRTEVŐ KIBERKALÓZOK

A honlap elkészülte után a tulajdonost nem várt, kellemetlen meglepetések érhetik. Ismeretes a cég- és doménnevek, valamint a védjegyek közötti összefüggés – ezért került a kiberkalózkodás az Európai Szabadalmi Akadémia szemináriumának napirendjére.

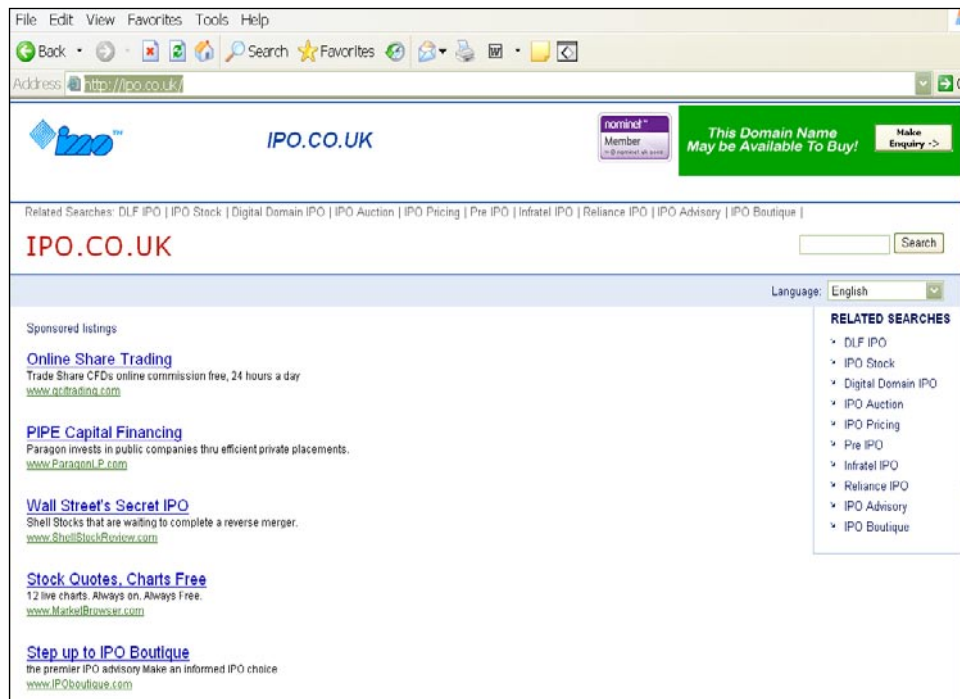
A mobbing a munkahelyi pszichoterrort, a munkatársak ellehetetlenítését jelenti. A célpontba állított dolgozó ellen a kollégák összehangolt akciót intéznek annak érdekében, hogy a kiszemelt áldozat minél előbb távozzon a közösségből. A *cybermobbing* hasonló akciósorozatot jelent, csak éppen a virtuális térben végrehajtva: például, amikor a konkurensok megpróbálnak minden eszközzel lehetetlenné tenni egy vállalkozást.

Ennek a hadjáratnak a része lehet két, az interneten meglehetősen elterjedt, a doménnév-regisztrációhoz kapcsolódó cselekmény: a *cybersquatting*, illetve a *typosquatting*. Az első fogalom azt takarja, amikor a regisztráló tudatosan egy ismert cég vagy márka nevére utaló doménnevet jegyeztet be a sajátjaként. Ezt pedig azért teheti meg, mert amíg a cégbejegyzés és a védjegyajstromozás törvényileg szabályozott, kötelezően lefolytatandó eljáráshoz kötött, addig a doménnévbejegyzés liberalizált, főszabálya az elsőbbség: általában az kapja meg a doménnevet, aki előbb jelenti be az igényét. Eddig is szép számmal voltak konfliktusok abból, hogy élelmes emberek „lecsaptak” ismert intézmények, cégek nevére vagy márkanevére. Ugrásszerűen megnőtt a rosszindulatú doménnév-regisztrációk száma, amióta Európában nemcsak az országosztintű felső domének, hanem az ágazatra, tevékenységre stb. utaló doménnevek (.info, .travel stb.) alatt is lehet regisztrálni.

A doménnevek tehát üzleti azonosítóként működnek, akár csak a védjegyek és a földrajzi árujelzők. A védjegy tulajdonosok viszont azért lajstromoztatják védjegyeiket, hogy ezek segítségével növeljék üzleti bevételeiket, tehát nem nézhetik öltre tett kézzel, hogy mások bitorolják a nevüket vagy a termékük márkanevét. Sok per zajlott már e tárgyban, és még több üzleti tranzakció ment végbe azok között, akiknek sikerült a doménnév eladásában megegyezniük. Igazán érdekes jogesetek akkor keletkeznek, amikor mindkét fél úgy érzi, joga van a kérdéses név használatára, és a doménnév tulajdonosát sem rosszhiszeműség, sem indokolatlan üzleti haszonszerzés nem motíválta a név bejegyzése során.⁶

A szemináriumon nem hangzott el, de a fentiekhez érdekes illusztráció a következő: az angol hivatal nevéből és az Egyesült Királyság közdoménnév-használati szokásaiból képezzünk egy internetcímet: <http://ipo.co.uk/>. Ezen a címen nem az iparjogvédelmi hivatal, hanem egy másik oldal található, rajta a felhívás: ez a doménnév eladó.

⁶ Cserba Veronika–Lendvai Zsófia: A doménnév-regisztráció és a doménnevekkel összefüggő jogérvényesítés. Fehér könyv a szellemi tulajdon védelméről. MSZH, 2006; <http://www.mszh.hu/domen/Feher-Konyv-Domen.pdf>



4. ábra: A <http://ipo.co.uk> címen elérhető weblap

A cybersquatting esetében még éppen elképzelhető, hogy jó szándékú meggyőződés vezeti a doménnév-tulajdonost, a typosquatting viszont mindig rosszhiszeműségről árulkodik. Ezek a kiberkalózok arra építik számításaikat, hogy az emberek gyakran vétenek gépelési hibát – vagy véletlenül, vagy azért, mert nem tudják pontosan a doménnevet. A mások sikeres domén-, cég- vagy márkanévét egy-két karakter módosításával bejegyző doménregisztrálók visszaélnak ezzel a helyzettel, és a maguk javára fordítják a felhasználók millióinak napi sok milliószor elkövetett, tudáshiányból adódó „mellényúlásait” vagy figyelmetlenségéből bekövetkező elgépeléseit.

A különböző leírási variációkat (pl. microsoft.com, indeksz.hu stb.) bejegyeztető regisztrálónál is súlyosabb bünt követnek el azok a kiberkalózok, akik úgy változtatják meg egy ismert márka védjegyéből képzett doménnevet, hogy az eredeti, jó hírű név ezáltal negatív kontextusba kerül. A nemzetközi joggyakorlat általában a létező védjegyből és egy negatív kifejezésből álló doménnevet összetéveszhetőnek tartja az érintett védjeggyel, így az eredeti tulajdonos jogi úton érvényt szerezhet igazának, amelynek során követelheti a jó hírű név rontó doménnév megszüntetését, de még kárának megtérítését is.

Sok országban az iparjogvédelmi hivatalok feladatai közé tartozik a védjegyoltalom megadása, de a francia hivatal ezen túlmenően még a cégnyilvántartást is ellátja: náluk kell regisztráltatni az újonnan alakuló vállalkozások nevét. A doménnév-regisztráció viszont nem tartozik a védjegyhivatalok feladatkörébe, ezért számtalan esetben a különböző vállalkozások, magánszemélyek érdekei összeütközésbe kerülnek egymással.

Dr. Tószegi Zsuzsanna