

było niespełna 25 tys., dwa lata później – ponad 33 tys. UOKiK podawał, że konsumenci skarżyli się m.in. na niedopełnienie przez sprzedających obowiązków informacyjnych, szczególnie na temat kosztów kredytu zaciągniętego na zakup towaru oraz ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. „Konsumenci wskazywali również na niewydawanie dokumentów potwierdzających zawarcie umowy” – pisali urzędnicy UOKiK w specjalnym raporcie. Najwięcej zgłoszeń napłynęło od starszych osób powyżej 60. roku życia.

Mirosław Luboń, dyrektor Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej, ocenia, że od tego czasu sytuacja nie tylko się nie poprawiła, ale jest gorzej, bo na rynku znajduje się coraz więcej naciągaczy i oszustów, którzy psują opinię całej branży.

Jak mówi, ostatnie kilkanaście miesięcy to zwiększenie aktywności tego rodzaju podmiotów. – Wyrastają jak grzyby po deszczu. Można nawet powiedzieć, że w tym sektorze mamy do czynienia z mafią, bo w zasadzie w ręku kilku osób jest kilkadziesiąt firm, które działają w sposób nierzetelny – mówi.

Raz na pokaz garnków wysłaliśmy pracownicę, ale została wyproszona. Powód: według organizatora była zbyt młoda. Choć skończyła już 30 lat – opowiada Longina Kaczmarek, rzecznik praw konsumentów w Szczecinie

Stowarzyszenie chce temu przeciwdziałać. – Planujemy atak. Rozysłamy list do instytucji wynajmujących pomieszczenia firmom, które naciągają klientów na swoje produkty. Chcemy w nim prosić o weryfikację tych podmiotów. Oprócz tego list powęduje do federacji konsumentów oraz na uniwersytety trzeciego wieku – mówi dyrektor Luboń. Reprezentuje on branżę, która jest solidnym kawałkiem handlowego tortu. W ubiegłym roku wartość rynku sprzedaży bezpośredniej wynosiła prawie 2,8 mld zł i wzrosła o 4 proc. w porównaniu do danych z ubiegłego roku.

Choć nie wiadomo, jak ten sektor rósłby, gdyby nie zachowania naciągaczy. Bo nie można nie zauważyć, że mają oni wpływ na wizerunek całej branży – mówi. Szef PSSB ubolewa nad tym, że ani działania UOKiK, ani prokuratura i policja nie są w stanie sobie z tym poradzić. Opowiada, że do niego

też zgłaszają się pokrzywdzeni przez naciągaczy. – Miałem przypadek pracownicy jednego z ośrodków kultury, która zadzwoniła do mnie z informacją, że organizator groził jej sądem za odstraszenie kupujących. A ta tylko informowała, że pokaz suplementów diety, który się tam odbywał, nie jest prowadzony z udziałem lekarza, że nie będzie na nim diagnostyki, a tylko sprzedaż – mówi Mirosław Luboń. – Poradziłem jej, by zgłosiła się do federacji konsumentów.

Ustawą w handel obwoźny

W Sejmie ukończono prace nad nową ustawą o prawach konsumentów. Ma ona dać więcej oręża w walce z nieuczciwym handlem. Podstawowe znaczenie dla seniorów ma regulacja umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, a więc tych zawieranych np. przez telefon, a także w trakcie pokazów reklamowych produktów.

Nowe przepisy w sposób szczegółowy wskazują, jakich informacji powinien udzielić przedsiębiorca oferujący zawarcie umowy. Chodzi przede wszystkim o cenę towaru. Ma to zapobiec próbom ukrywania dodatkowych kosztów przez przedsiębiorcę. Nakazują także przedsiębiorcy wydanie konsumentowi tych informacji na papierze lub, za zgodą konsumenta, na innym nośniku – podkreśla Joanna Affre, partner zarządzający w kancelarii Accreo Legal J. Affre R. Czarnecki sp.k.

Na tym jednak nie koniec. Eksperci uważają, że w walce z handlową mafią pomogą też nowe zapisy dotyczące prawa odstąpienia od umowy (a więc rezygnacji z zakupionego towaru). – Wydłużony został termin na rezygnację z umowy. Wyniesie on 14 dni od daty zawarcia umowy, a jeśli przedsiębiorca nie poinformuje konsumenta o prawie odstąpienia, ulegnie on wydłużeniu nawet do 12 miesięcy. Można powiedzieć, że wraz z nową dyrektywą konsumentką zwiększy się bezpieczeństwo związane z nabywaniem towarów i usług – odpowiada Affre.

Michał Herde wątpi jednak, czy to wystarczy. – Trudno będzie stworzyć takie przepisy, które zabezpieczą konsumentów w 100 proc. Zawsze znajdzie się możliwość obejścia prawa. Nawet jeśli napiszemy przepis, że kupujący będzie miał 14 dni na odstąpienie od umowy, to i tak w trakcie pokazu prezenterzy będą się starali tak przekazać tę informację, aby była ona jak najmniej czytelna. A po sprzedaży towaru nadal będziemy mieli do czynienia z „holowaniem” – ocenia.

Jak zauważają rzecznicy praw konsumentów pozostaje jeszcze kwestia udowodnienia nierzetelnego postępowania przez przedsiębiorcę. Podstęp, do jakiego się odwołują sprzedawcy, jest największą bolączką. Dlatego coraz głośniej o wysokich karach, które powinny być wymierzone firmom przylapanym na naciąganiu.

Mirosław Mazanec

Internet jako zjawisko socjologiczne jest rzeczą młodą. Naukowcy podejmują próby jego badania, ale to działanie przypominające operację na żywym, wciąż zmieniającym się organizmie. Dziś w porównaniu z początkami sieci z połowy lat 90. inne jest wszystko – od komputerów zaczynając, poprzez technikę połączenia czy szybkość transmisji, na użytkownikach kończąc.

Nasze życie nabrało olbrzymiego przyspieszenia. Przyswajamy więcej treści: pojawiło się kilkaset programów telewizyjnych, olbrzymia liczba stacji radiowych i do tego nasz główny bohater – internet – z YouTube’em zastępującym telewizję, niezliczoną ilością rozgłośni radiowych i portalami – ogólnymi, specjalistycznymi – oraz rozrośniętą do granic możliwości blogosferą. Możemy śledzić każde wydarzenie na świecie na bieżąco – od wojen czy wielkich wydarzeń sportowych do prywatnych zachowań anonimowych ludzi. Na dobrą sprawę jesteśmy w stanie prowadzić dwa równoległe życia – realne i wirtualne. I to drugie ma wielki wpływ na to pierwsze. Czasem dobry, czasem zły.

Chcemy więcej i szybciej i internet się do tego przyczynia. I paradoksalnie powoduje, że szybciej czasem zamienia się w wolniej.

Lajkowy fetysz

Sieć przejmuję wiele zachowań społecznych, które do tej pory rozgrywały się w realnym świecie. Teraz w niej, zamiast wychodzić na ulicę, możemy wyrazić sprzeciw wobec polityki rządu, działania policji, sądu czy prokuratury albo niewydolnej służby zdrowia. Możemy założyć stronę temu poświęconą, grupę na Facebooku, możemy zamieszczać komentarze pod interesującymi nas artykułami, dzielić się spostrzeżeniami i niezadowolaniem. Możemy wszystko – i robimy to. A większość z nas, po zadeklarowaniu „lubię” lub „nie lubię”, uważa, że ma sprawę z głową. Tyle że od kliknięcia do rozwiązania problemu daleka droga. – Takie zachowanie fachowo nazywamy slaktywizmem – mówi dr Krzysztof Krejtz z Wydziału Psychologii Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. – To forma zaangażowania, która nie wymaga żadnego zaangażowania. Wystarczy, że kliknę lajk w serwisie społecznościowym i psychologicznie jestem rozgrzeszony. Już się zaangażowałem, bo wyraziłem poparcie, podczas gdy tak naprawdę niewiele zrobiłem – wyjaśnia.

Slaktywizm jest dobrym usprawiedliwieniem – nie bójmy się tego powiedzieć – naszego lenistwa. Bo realne zaangażowanie się w jakąś sprawę wymaga wyrwania się z rutyny, przełamania codziennych schematów. Wiąże się w końcu z niebezpieczeństwem stanięcia twarzą w twarz z problemem. W sieci robić tego nie musimy. Zresztą jako społeczeństwo nie jesteśmy przesadnie skłonni do wychodzenia na ulicę, może poza konkretnymi, zorganizowanymi grupami, jak górnicy, pielęgniarki czy nauczyciele, którzy w obronie swoich interesów od czasu do czasu manifestują na ulicach Warszawy. Mimo niezadowolienia z sytuacji w kraju cenimy sobie własny komfort i wygodę, zostawiając ewentualne protesty innym. Zanim więc się przełamiemy i zdecydujemy się zaangażować w realnym świecie, upływa dużo więcej czasu niż do tej pory. I internet zamiast przyspieszać – opóźnia nasze działania.

Z logicznego punktu widzenia oczywiście można tak powiedzieć – mówi dr Krejtz. – Ale życie jest trochę bardziej skomplikowane. Nawet jeśli zachowujemy się leniwie, klikamy te lajki, to są one małymi kroplami, które drażą w nas poczucie świadomości społecznej, świadomości tego, że różne ważne rzeczy się dzieją. W którymś momencie tych kropli nabiera się tak wiele, że jeśli będzie poważniejsza sprawa nas dotykająca, to zaangażujemy się bardziej. Wydaje mi się więc, że długofalowo internet czy nawet slaktywizm nie będą działać demoralizująco. Raczej mobilizująco, właśnie poprzez zwiększanie świadomości różnych rzeczy społecznych, które się dzieją – wyjaśnia.

Czy to się komuś podoba, czy nie, internet traktujemy jako narzędzie zbliżające ludzi i mobilizujące społeczeństwo. Czy jednak w ten sposób nie przypisujemy mu funkcji, do których pełnienia nie jest stworzony?

Jak prowokacyjnie pisze w książce „23 rzeczy, których nie mówią ci o kapitalizmie” Ha-Joon Chang, koreański ekonomista, profesor Narodowego Uniwersytetu w Seulu i wykladowca ekonomii rozwoju na Uniwersytecie

Jesteśmy przekonani, że dzięki globalnej sieci nasze życie ruszyło z kopyta, a my zyskaliśmy świątynię wolności. Nic bardziej mylnego

Lajk. I po

Cambridge, w porównaniu ze zmianami, jakie przyniosła ze sobą pralka (i reszta artykułów gospodarstwa domowego), wpływ internetu – choć wielu twierdzi, że całkowicie zmienił on świat – nie był aż tak fundamentalny. Jego zdaniem sieć oczywiście zmieniła sposób, w jaki spędzamy czas po pracy, pomaga w wyszukiwaniu użytecznych informacji o cenach różnych produktów czy opinii o miejscu, w którym zamierzamy spędzić wakacje. Jednak to niewiele w porównaniu ze społeczną zmianą po upowszechnieniu się pralek, które umożliwiły o wiele większej liczbie kobiet wejście na rynek pracy.

Przed wszystkim nie jest tak, że internet zbawia świat. Ale też nie nazwałbym go medium przecenionym – mówi dr Marek Troszyński, socjolog z Collegium Civitas. – Przed wszystkim trzeba sobie wyraźnie powiedzieć, że to jest medium, a nie nowy świat ani nowy sposób pojmowania rzeczywistości, sposób życia czy cokolwiek takiego. Medium, narzędzie komunikacji. A co przy tym ważne i o czym nie można zapominać, jest to oczywiście medium komercyjne – wyjaśnia. Jego zdaniem sieć zmieniła i wciąż zmienia nasz świat właśnie w dziedzinie komunikacji. – Ludzie dalej są ludźmi, dalej mają potrzebę życia z innymi, gromadzenia się w społeczności, ale mają zupełnie inne możliwości porozumiewania się i to wykorzystują – mówi dr Troszyński.

Zmiana formy komunikacji potrafi bardzo skutecznie zmienić zarówno tkankę społeczną, jak i pojedynczych ludzi – dodaje dr Krzysztof Krejtz. – Takie przykłady znamy z historii, np. technologie komunikacyjne zmieniały sposoby prowadzenia wojen. Ale dla nas ważne teraz jest to, że możemy szybko się porozumieć nie tylko z jedną, ale z wieloma osobami. Taki komunikat ma zupełnie inną siłę oddziaływania. Jeśli słyszymy opinię od kilkunastu czy kilkadziesiąciu osób w portalu społecznościowym, to znacznie łatwiej jest nam się do tego przekonać – wyjaśnia.

Kultura narcyzmu

Co takiego jest w serwisach społecznościowych, że mimo iż są awatarem realnych więzi