

Konsument specjalnej troski

Autor tekstu: **Mariusz Agnosiewicz**

W ostatnim czasie czołowy polski ubezpieczyciel postanowił podbić portfele Polaków nader wątpliwą etycznie formą [ukrytej reklamy](http://www.alert24.pl/alert24/1,84880,6687897,Czy_wiesz_ze_twoja_dziewczyna_rekl_amuje_PZU_.html) (http://www.alert24.pl/alert24/1,84880,6687897,Czy_wiesz_ze_twoja_dziewczyna_rekl_amuje_PZU_.html) w której prywatne osoby udające konsumentów udają potrzebę publicznego rachunku sumienia w związku z pomyłką co do OC: *Przepraszam stary, miałeś rację, w PZU faktycznie najlepiej* – możemy przeczytać na prześcieradłach wywieszonych z balkonów prywatnych mieszkań czy w smsach podszywających się np. pod naszą dziewczynę. Takież same komunikaty pojawiły się także np. na tylnych szybach autobusów w formach, które do złudzenia przypominają odręczny napis na brudnej szybie.

Zirytowałem się, przyznam, że firma w tak bezczelny sposób próbuje mnie złapać w sieć. Przecież trzeba by być kretynem, aby za pomocą prześcieradła na balkonie oznajmiać, że w jakiejś firmie zaoszczędziło się trochę grosza. Takim samym kretynem trzeba by być, aby wierzyć, że ktoś w taki sposób komunikuje swoje doświadczenia czy opinie. Reklama w sposób oczywisty jest więc skierowana do kretynów.

Drugą myślą było stwierdzenie, że to nieetyczne i że powinno być ścigane przez odpowiedni urząd, w szczególności przez jakiegoś rzecznika praw konsumenta. Że jest to nieetyczne, to sprawa oczywista, gdyż stanowi formę symulowanej informacji, konfabulacji, zmyślenia w celu reklamowym. Jako społeczeństwo powinniśmy być zainteresowani tym, aby komunikacja społeczna oparta była na rzetelnym przekazie, aby z komunikacji społecznej eliminować pseudoinformacje oraz treści nieprawdziwe. Tym bardziej interwencja jest uzasadniona, że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zakazuje reklamy, która zachęcając do nabywania towarów lub usług, sprawia wrażenie neutralnej informacji.

Później jednak przyszła myśl trzecia: tylko jak to egzekwować? Trudno przecież udowodnić Janowi Kowalskiemu, że treść napisu na prześcieradle nie oddaje jego faktycznej opinii, a że to jego balkon to sobie może różne obwieszczenia eksponować. Rzecznik więc powinien interweniować, gdy producent podaje na opakowaniu wprowadzający w błąd opis, choć niekoniecznie w każdym przypadku nabijania konsumenta w butelkę.

Najważniejsza jednak w tym temacie była myśl czwarta: skoro pseudoinformacyjna forma reklamy oburza mnie, to pewnie podobnie reagują i inni przeciętni konsumenci, którzy wiedzą, że podstawowym kryterium racjonalnego wyboru produktu jest osobista ocena, najlepiej porównawcza, parametrów i właściwości produktu lub usługi, a jeśli chcemy wzmocnić trafność naszego wyboru opinią innych, to sami o nią prosimy znanych nam użytkowników lub byłych użytkowników danej rzeczy. Tymczasem, aby uwierzyć, że wybór OC może być pobudką do tak dziwacznie egzaltowanych enuncjacji, jakie chce nam „sprzedać” PZU, trzeba być wspomnianym kretynem, a mnie nie podoba się państwo i prawo, którego funkcjonowanie opiera się na założeniu, że społeczeństwo składa się z kretynów. Obraża mnie ta reklama, za co odpowiedzialność spada na firmę-reklamodawcę i moją prywatną karą byłoby wybranie porównywalnej oferty innej firmy, która nie robi ze mnie idioty. Gdyby jednak państwo ścigało w imię prawa tego rodzaju praktyki, byłaby to dla mnie jeszcze gorsza obraza, gdyż urzędnik (czyli państwo) musiałoby przyjąć założenie, że coś takiego może mnie oszukać, czyli że ja-konsument jestem kretynem.

Może to mało humanitarne, ale popieram gorliwie [Nagrody Darwina](http://darwinawards.com/) (http://darwinawards.com/), czyli w gruncie rzeczy prześmiewczą ideę wyróżniania tych, którzy przez swoje idiotyczne działania wyeliminowali się ze społeczeństwa, usuwając tym samym swoje „głupie” geny, na czym ogólnie nasz gatunek metaforycznie zyskuje. Samoeliminacja głupców nie jest zatem czymś szczególnie smutnym, wprost przeciwnie. I to samo odniósłbym do spraw konsumenckich – osoby nie posiadające przeciętnej inteligencji społecznej same sobie szkodzą. Ze wszech miar lepiej traktować obywateli jako osoby rozgarnięte w stopniu przeciętnym niż budować funkcjonowanie państwa w oparciu o założenie ochrony kretynów.

„Kretynizm” społeczny oczywiście może być niezawiniony i co ważniejsze – uleczalny, więc traktowanie obywateli jako jednostki rozgarnięte nie zwalnia z obowiązku działań państwa na rzecz niwelowania nierozgarnięcia społecznego poprzez edukację w szkołach czy mediach publicznych.

Przyjęcie założenia maksymalnej ochrony konsumenta, również konsumenta-kretyna, rodzi szereg niebezpiecznych konsekwencji.

Najbanalniejszą z nich jest to, co dzieje się w zakresie odszkodowań w USA, gdzie prawo zadryfowało aż do uznania, że konsument jest skrajnym idiotą, co gorsza – idiotą wartym milionów szczodrze przyznawanych przez amerykańskie sądy. W 1994 r. pani Stella Liebeck oblała się kawą w McDonalds, za co firma musiała wypłacić 2,9 mln dolarów „odszkodowania”. Tego typu spraw jest całkiem sporo w amerykańskim systemie, a ich skutkiem nie tylko konieczność pisania instrukcji obsługi dla debili (McDonald zaczął umieszczać na kubkach z kawą ostrzeżenia o gorącej cieczy), ale i eskalację mnóstwa absurdalnych procesów odszkodowawczych, które stały się swoistym sportem narodowym, obniżając nie tylko wydajność sądownictwa, ale i stanowiąc zagrożenie dla wielu małych i średnich firm. W wymiarze bardziej ogólnym powoduje to obniżenie szacunku dla prawa, które broniąc kretynizmów jest postrzegane jako kretyńskie.



Na antypodach słusznej Nagrody Darwina afirmującej eliminację głupoty ze społeczeństwa mamy więc [Stella Awards](http://www.stellaawards.com/) (na cześć tej pani, która złupiła McDonalda), promującej konkurencję w wyłudzeniu odszkodowań konsumenckich.

Mniej uchwytnym skutkiem ochrony prawnej idiotów jest umacnianie takich postaw społecznych i przyzwyczajanie do bezkarnej lekkomyślności. Konsument wie, że ma prawo być idiotą. Bardzo wymowną ilustracją tego jest regulacja ruchu drogowego: empirycznie dowiedziono, że redukcja znaków drogowych na ogół zwiększa bezpieczeństwo ruchu, gdyż użytkownik drogi jest bardziej czujny. Podobnie konsument przesadnie chroniony jest pewnie mniej skory do rozwijania swojej społecznej inteligencji i zaradności.

Nie popieram więc prawno-administracyjnego eliminowania „nieetycznych” praktyk przed którymi wystarczającym zabezpieczeniem jest przeciętny rozsądek społeczny. Oczywiście zdają sobie sprawę, że trudno sformułować abstrakcyjną definicję ujmującą, czym ów „przeciętny rozsądek” w istocie swej jest, ale w konkretnych przypadkach da się to na ogół rozstrzygać, jak choćby w sprawie, która stanowiła punkt wyjścia niniejszych rozważań: przed tak nieudolnym oszustwem chroni mnie elementarny rozsądek, i nie potrzeba, aby w mojej konsumenckiej obronie stawał jakiś urzędnik z państwowym majestatem.

Niewydarzone triki marketingowe to według mnie swoisty podatek od naiwności, który płacą bądź to naiwni konsumenci bądź reklamodawcy, którzy nie doszacują inteligencji swoich potencjalnych konsumentów.

Dla jasności dodam, że nie należy tego głosu rozumieć jako obrony [ukrytej reklamy](http://www.tvp.pl/o-tvp/komisja-etyki/opracowania/reklama-ukryta) (*product placement* i inne formy kryptoreklamy), którą zasadniczo uważam za praktykę nieakceptowalną i sprzeczną z rolą społeczną mediów. Jak pokazały [badania](http://www.egospodarka.pl/6574,Ukryta-reklama-w-mediach_h,1,39,1.html) społeczne z 2004 r. przeprowadzone w ramach kampanii społecznej „Czyste Informacje” (w ramach walki z kupowaniem materiałów dziennikarskich) pod patronatem prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta, ponad połowa Polaków dostrzega problem reklamy udającej informację w mediach. Kryptoreklama w mediach powinna być traktowana tak jak puszczenie bąka w towarzystwie. Jeśli dane medium za bardzo zaczyna śmierdzieć – odsuwamy się od niego na bezpieczną odległość. Nie jest ono już dalej godne zaufania, niezbędnego do pełnienia roli opiniotwórczej.

Zgadając się, że istnieje wiele sytuacji w których konsument-jednostka nie ma szans z podmiotem-korporacją i potrzebuje administracyjnej i sądowej ochrony konsumenckiej, odrzucam jednocześnie przesadny rygorizm tej ochrony.

Wyliczenie negatywnych konsekwencji tej przesadnej ochrony chciałbym zakończyć na najgorszej i jednocześnie najmniej uchwytniej. Otóż konsekwencją państwowego założenia, że społeczeństwo składa się z kretynów jest groźba rozrostu paternalizmu i protekcjonalizmu państwowego, czyli sytuacja w której czynniki władzy traktują obywateli jak dzieci, które należy drobiazgowo chronić nawet przed nimi samymi, przed skutkami ich nieodpowiedzialnych decyzji. Od takiej optyki już tylko krok do państwowej eskalacji ingerencji w sferę prywatną, w styl życia i wybory moralne jednostek (jeszcze niedawno ścigano samobójców, dziś ściga się za to za

eutanazję czy palenie marihuany).

Oświecenie było tą epoką, która nie tylko w filozofii, ale i teorii polityczno-prawnej ustanowiła standard podmiotowego traktowania obywateli, którzy sami są w stanie brać odpowiedzialność za własne czyny i wybory, którzy są dojrzały i których autonomia woli powinna być w maksymalnym stopniu respektowana. W średniowieczu Kościół był „matką” a władca „ojcem” swego ludu. Oboje jednakowo surowi. W renesansie a jeszcze bardziej w oświeceniu ludzie uzyskali wolność. Wynikało to z humanistycznej wiary w człowieka. Wiara ta położyła podwaliny np. pod budowę społeczeństwa obywatelskiego. Wszelki paternalizm państwowy przejawiający się w „ojcowskiej” ingerencji państwa w życie niedojrzałych obywateli jest zamachem na ten oświeceniowy paradygmat.

Idealnym obrazkiem państwa-ojca jest utwór „Przedzskole” (<http://www.youtube.com/watch?v=zpx-RHpgNms&NR=1>) Jacka Kaczmarskiego, który wprowadzie odnosił się do sytuacji w okresie PRL, ale i dziś utwór ten wciąż jest aktualny, bo i dziś „po pupach, po pupach, po pupach biją nas, I krzyczą — patrz szcze patrz szczeniaku gdzieś ty wlaź”.

Zdaję sobie jednak sprawę, że droga od państwa-ojca do państwa liberalno-oświeconego, to proces niełatwy i długotrwały. Na szczęście w tym rejsie mamy jasne latarnie wskazujące drogę, jak choćby przykład ultraliberalnej Holandii, która jest jednym z najmniej paternalistycznych krajów zachodnich (ktoś mógłby rzec, że jest krajem eksperymentów społecznych) – a jednak według ostatnich doniesień skala przestępczości tak spadła, że państwo rozważa zamykanie niektórych więzień. [\[1\]](#)

W naszym zaś Katolickim Państwie Narodu Polskiego więzienia póki co pękają w szwach, a drugą siłą polityczną kraju jest partia mająca obsesję na punkcie budowy nowych więzień, aby szybciej można było wsadzać do ciupy złodziejów kur a zwłaszcza kaczek. Poza tym za dużo bluźnierców chodzi na wolności... [\[2\]](#)

Zobacz także te strony:

[Media, zabobony i stereotypy](#)
[Suwerenność konsumenta](#)

Przypisy:

[\[1 \]](#) [Holandia zamyka więzienia](#) , Gazeta Wyborcza, 29.5.2009.

[\[2 \]](#) Podczas kiedy na Zachodzie Europy zachodzi proces depenalizacji obrazy uczuć religijnych, PiS w swoim projekcie zmiany kodeksu karnego domagało się zaostrzenia sankcji karnej z 2 lat pozbawienia wolności do lat 3.

Mariusz Agnosiewicz

Redaktor naczelny Racjonalisty, założyciel PSR. Kontakt online ([GG](#), [Skype](#))



[Wyślij użytkownikowi Mariusz Agnosiewicz](#)

[Pokaż inne teksty autora](#)



(Publikacja: 12-06-2009)

[Oryginał..](#) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,6600>)

Contents Copyright © 2000-2009 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2009 Michał Przech

Autorem portalu Racjonalista.pl jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielami portalu są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie strony tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl