

## Wstęp

Rozwój rynku mediów elektronicznych skłania do spojrzenia na ochronę prawną konsumenta globalnie przez pryzmat rozwoju techniki cyfrowej. Szybko rozwijający się rynek cyfrowy przyczynił się do wydania szeregu dokumentów, które stały się podstawą budowania nowoczesnej gospodarki technologicznej w Unii Europejskiej. Komisja Europejska opublikowała „Europejską Agendę Cyfrową 2020”, która zakłada lepsze wykorzystywanie potencjału technologii informacyjnych i komunikacyjnych dla wsparcia innowacji, wzrostu gospodarczego i postępu. Rynek cyfrowy daje bowiem nieograniczone możliwości gospodarcze zarówno przedsiębiorcom, jak i konsumentom. Techniki teleinformatyczne, w tym sieci elektroniczne nie tylko wykształciły nowy rodzaj świadczeń tzw. świadczenia wyłącznie elektroniczne, ale stały się impulsem do dyskusji na temat przyszłości prawa konsumenckiego w społeczeństwie informacji, wiedzy i sieci.

Część I monografii, obejmująca sześć rozdziałów wprowadza w strategię jednolitego rynku cyfrowego z punktu widzenia ochrony konsumentów i ich roli w budowaniu nowoczesnej gospodarki cyfrowej dla Europy (*Beata Pachuca-Smulska*). Trudno nie zauważyć rosnącej liczby konsumentów w sieci oraz digitalizacji dóbr wykorzystywanych w życiu codziennym, które nazywa się świadczeniami wyłącznie elektronicznymi, realizowanymi w ramach bezpośredniego handlu elektronicznego (*Anna Górska*).

W części II przybliżono problemy, które powodują zagubienie konsumenta w świecie mediów (*Renata Tanajewska*). Wskazuje się na niebezpieczeństwo produktów medialnych, wymieniając reklamę i zadając pytanie, czy reklama to produkt niebezpieczny (*Agnieszka Malarewicz-Jakubów*). W ostatnich latach wzrosło w Polsce zainteresowanie suplementami diety, a konsumenci w swoich decyzjach zakupu suplementów ulegają wpływom reklamy, często nie mając rzetelnej informacji na temat tych środków (*Irena Ozimek, Natalia Przeździecka-Czyżewska*). Na tle nowelizacji przepisów KC o rękojmi pojawiają się pytania o treści zamieszczone w reklamach, które wchodzą do umowy zawartej z konsumentem. Szczególnym rozwiązaniem przeznaczonym do stosowania w obrocie konsumenckim jest odpowiedzialność sprzedawcy za właściwości rzeczy wynikające z publicznych zapewnień składanych przez producenta i *quasi*-producentów oraz ich przedstawicieli (*Jerzy Krzynówek*). W świetle zmian w KC wprowadzonych ustawą z 30.5.2014 r. o prawach konsumenta skoncentrowano się również na wzajemnych relacjach pomiędzy konsumentem, przedsiębiorcą jako producentem i przedsiębiorcą sprzedawcą w zakresie lokowania produktu oraz na zagadnieniu czy zapewnie-

nie publiczne i działania promocyjne w postaci lokowania prowadzi do jakichkolwiek roszczeń (*Edyta Sokalska, Magdalena Zielińska*).

Osią rozważań zawartych w części III książki jest analiza ram prawnych związanych z gromadzeniem i przetwarzaniem danych osobowych w zakresie ochrony praw e-konsumenta poprzez wnikliwą analizę działania na zbiorach typu *big data* (*Szymon Michał Buczyński*) oraz powierzeniem przetwarzania danych medycznych pacjenta w Internecie (*Jakub Rzymowski*). Warto zauważyć, że konsument korzystający z możliwości, jakie daje Internet ma realnie ograniczoną możliwość skorzystania z gwarantowanej przez prawo ochrony swoich danych osobowych (*Agnieszka Korzeniowska-Polak*).

Dynamiczny rozwój Internetu zdeterminował pojawienie się nowych aktywności społeczno-gospodarczych, wpływając również na sposób zawierania umów. Część IV monografii otwiera problematyka klauzul niedozwolonych w umowach zawieranych przez Internet (*Ewa Lewandowska*). Zagadnienie wydaje się istotne w związku z lawinowo rosnącą liczbą postanowień abuzywnych ujętych w tej materii w Rejestrze Klauzul Niedozwolonych, jak też wejściem w życie ustawy o prawach konsumenta i nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Klauzule ochrony realizacji złożonego przez konsumenta zamówienia w transakcjach typu *business to consumer* (*Michał Hejbudzki*) to kolejne opracowanie wskazujące na skalę możliwości związanych z wykorzystaniem Internetu jako medium, przy wykorzystaniu którego zawierane są czynności prawne. W praktyce handlu elektronicznego, jak podnosi *Sylvia Lazarewicz* w następnym tekście, znaczącą rolę odgrywają dziś aukcje organizowane w sieci. Na tym tle prowadzone jest rozważanie miejsca tradycyjnych instytucji prawa cywilnego oraz ochrony konsumentów w procedurze zawierania umów w trybie aukcyjnym. Zawarte w tej części wywody zamykają opracowania dotyczące opinii blogerów i komentarzy na forach przez pryzmat dóbr osobistych przedsiębiorcy, z uwzględnieniem granic krytyki konsumentkiej (*Katarzyna Ciuckowska-Leszczewicz*) oraz ochrona wizerunku konsumenta w Internecie z wykorzystaniem regulacji ustawowych i orzecznictwa sądowego (*Maria Jasińska*).

Przyjęcie dwóch fundamentalnych aktów prawnych z punktu widzenia pozasądowych metod rozwiązywania sporów konsumentów z przedsiębiorcami: dyrektywy 2013/11/UE oraz rozporządzenia Nr 524/2013/UE, które zmierzają do wzmocnienia ochrony konsumentów i realizacji postanowień Traktatu o funkcjonowaniu UE, Europejskiej Konwencji Praw Człowieka oraz Karty Praw Podstawowych, stanowi przedmiot dociekań części V monografii. Celem przyjętych rozwiązań prawnych jest stworzenie wysokiego poziomu ochrony konsumentów na rynku wewnętrznym przez budowanie mechanizmów zapewniających konsumentom dostęp do sądu oraz przyjęcie warunków do dobrowolnego składania skarg na zachowania przedsiębiorców do podmiotów oferujących alternatywne metody rozstrzygania sporów (*Anna Franusz, Beata Pachuca-Smulska*). Badanie przestrzegania przepisów o jurysdykcji krajowej w sprawach konsumenckich w państwie wykonania stanowi w świetle europejskich norm jurysdykcyjnych ważne odstępstwo od zasady swobodnego przepływu orzeczeń (*Jacek Kudła*). Celem szczególnej ochrony konsumenta, badanie przestrzegania jurysdykcji

może mieć miejsce dwukrotnie – na potrzeby procesu przed sądem w państwie pochodzenia, oraz przed sądem w państwie wezwanym, w razie złożenia przez konsumenta wniosku o odmowę uznania lub wykonania orzeczenia, względnie wniosku o stwierdzenie braku podstaw do odmowy uznania.

Opracowania części VI monografii odnoszą się do ochrony konsumenta w różnorodnych dziedzinach. Obejmują: usługi i imprezy turystyczne nabywane drogą elektroniczną (*Katarzyna Frączak*), umowy ubezpieczenia zawarte za pośrednictwem Internetu (*Wioleta Baranowska-Zajęc*), umowy bankowe o kredyt konsumencki (*Jakub Jan Zięty*), umowy o dostarczanie energii elektrycznej zawierane z konsumentem (*Magdalena Brodawka*). Przedmiotem analizy tej części jest także dynamicznie rozwijający się rynek „dopalaczy” w Internecie (*Anna Chodorowska*). Ze względu na potencjalne niebezpieczeństwo tych produktów, ich obecność w obrocie stała się wyzwaniem zarówno dla organów ścigania, jak i służby zdrowia w kwestii sądowej i toksykologicznej identyfikacji nowych produktów, szybkiej oceny ryzyka oraz wprowadzenia środków kontroli. Do najmłodszych segmentów współczesnej gospodarki należy rynek e-papierosów (*Wiesław Pływaczewski*). W rozdziale tym przedstawiono współczesne uwarunkowania branży tytoniowej, wskazując na źródła pojawiających się konfliktów pomiędzy producentami e-papierosów oraz koncernami tytoniowymi i farmaceutycznymi. Nie pominięto problemów odnoszących się do zagrożeń identyfikowanych przez nauki kryminologiczne jako czyny zabronione. Do nich można zaliczyć fałszerstwa, oszustwa, korupcję oraz przemyt. Kolejny rozdział poświęcono ochronie małoletnich użytkowników gier wideo (*Kamil Olczak*). Konsument może korzystać z wirtualnego świata na komputerach osobistych, specjalnych automatach, konsolach do gier, telewizorach, telefonach komórkowych oraz innych mobilnych urządzeniach nazywanych łącznie platformami sprzętowymi. Mimo że gry wideo prezentują często treści nieodpowiednie, zwłaszcza w zakresie przemocy czy erotyki unijne regulacje prawne nie odnosiły się do ochrony osób małoletnich. Pojawia się również potrzeba dostosowania istniejących regulacji do nowych okoliczności w odniesieniu do praw autorskich dzieł funkcjonujących w Internecie (*Agata Sobusiak*). Zaakcentować trzeba, że unijny prawodawca postawił sobie za zadanie uregulowanie rynku dzieł osieroconych, a ochronę konsumenta potraktował jako jeden z celów przyjętej regulacji. Unormowanie praw autorskich w Internecie, dotychczas znikome, jest istotne nie tylko dlatego, że pozwala na osiągnięcie pewnych celów gospodarczych i chroni przyjęte przez społeczeństwo wartości, ale również dlatego, że kształtuje akceptowane przez ogół wartości. Zjawisko społeczeństwa informacyjnego i technologii komunikacyjno-informacyjnych jest efektem rozwoju Internetu oraz mobilnych urządzeń elektronicznych, które odnosi się także do kierowanej do konsumentów oferty w zakresie czytelnictwa. W związku z rozwojem rynku e-booków oraz e-gazet pojawia się problem zapewnienia ochrony konsumentom. W zakresie korzystania z elektronicznych książek, gazet i czasopism regulacje prawne słusznie określają jedynie ramowo pojęcie treści cyfrowych, funkcjonalności i interoperacyjności (*Anna Górczyńska*).