

## Kres Konsumenta – Katarzyna Wiñewska

Konsumenta w trzeciej dekadzie XXI w. łączy ze swoim odpowiednikiem sprzed kilkudziesięciu lat być może już tylko nazwa. Dzisiejszy konsument przy wykorzystaniu możliwości takich jak analiza dużych zbiorów danych czy uczenie maszynowe może zoptymalizować wszystko – od tego, co je i jak spędza czas, po to, jakie umowy zawiera, z kim i w jaki sposób. Jednocześnie zmiany gospodarcze powodują wyodrębnienie się nowych grup podmiotów w prawie prywatnym, których siła przetargowa, pozycja ekonomiczna, deficyt informacyjny oraz brak doświadczenia na rynku są znaczące. W tych okolicznościach istniejące mechanizmy ochrony konsumenta przestają spełniać swoją podstawową funkcję – ochrony słabszej strony stosunku zobowiązaniowego.

Celem naukowym projektu „Kres Konsumenta” jest krytyczna analiza tego, czy pojęcie „konsumenta” funkcjonujące obecnie w prawie konsumenckim w dalszym ciągu przystaje do realiów obrotu na rynku cyfrowym. Obecnie wiele pytań dotyczących konsumentów pozostaje bez odpowiedzi. Czy można być konsumentem serwisu LinkedIn? Co z osobami, które używają Facebooka zarówno do celów osobistych, jak i zawodowych? Istniejące ramy prawne nie uwzględniają osób niebędących konsumentami, jak np. freelancerzy lub małe i średnie przedsiębiorstwa, którzy jednak często znajdują się w podobnej sytuacji prawnej jak „dotychczasowi” konsumenci.

Celem tego projektu jest zatem odpowiedź na pytanie, czy i w jakim zakresie należy przyznać specjalną ochronę stronom tych nowych stosunków umownych, których status nie został jeszcze uregulowany w przepisach krajowych lub unijnych. Ochrona słabszej strony stosunku zobowiązaniowego jest jednak tylko jedną z wielu funkcji prawa konsumenckiego. Jakie są te inne funkcje i czy rozszerzenie ochrony konsumentów na inne podmioty nie byłoby z nimi sprzeczne? To, że w określonym momencie historycznym, w określonej sytuacji społeczno-polityczno-gospodarczej, Unia Europejska postanowiła osiągnąć określony cel (ochronę słabszej strony stosunku zobowiązaniowego) za pomocą określonych środków (prawa umów konsumenckich), nie oznacza, że rozwiązanie to pozostanie aktualne w zmienionej rzeczywistości. Nie oznacza to również, że analogiczne sytuacje powinny być zawsze rozwiązywane w ten sam sposób. Jaki jest zatem cel prawa konsumenckiego dzisiaj? Czy dla nas, jako dla społeczeństwa, ma on w dalszym ciągu znaczenie? Co więcej, czy wybrane przed laty środki prawne w dalszym ciągu pozostają najskuteczniejszym sposobem osiągnięcia tego celu?

Projekt „Kres Konsumenta” łączy dogmatyczną analizę aktów prawnych z empiryczną analizą wzorców umownych wykorzystywanych przez platformy internetowe. W projekcie podejmowana jest także refleksja nad celami prawa konsumenckiego, które są odmienne w różnych jurysdykcjach. Ponieważ prawo prywatne, zwłaszcza w kontekście rynku cyfrowego, jest coraz bardziej umiędzynarodowione i przekracza granice państw, ustalenie, jak poszczególne systemy prawne radzą sobie ze zjawiskiem nierównowagi kontraktowej, pozwoli na rzetelne zbadanie tego zagadnienia, wspólnego dla wszystkich uczestników obrotu na rynku cyfrowym.

Podjęcie dyskursu nad tytułowym zagadnieniem stworzy przy tym szansę na istotną modernizację polskiego prawa cywilnego, w sposób zwiększający jego spójność i przystosowanie do wyzwań związanych z obrotem na rynku cyfrowym. Modernizacja ta powinna być podyktowana dążeniem do naprawy zachwianej równowagi stron w stosunkach zobowiązaniowych. Rolą prawa cywilnego nie jest bowiem stanie na straży sztywnych ram zamierzonego obrotu, ale żywotne dostarczanie odpowiedzi na współczesne problemy w relacjach pomiędzy podmiotami prywatnymi i w tym zakresie niniejszy projekt będzie miała fundamentalne znaczenie.