

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra sociologie a andragogiky

**STRACH ZE ZTRÁTY – ZNEUŽÍVÁNÍ SENIORŮ NA
PŘEDVÁDĚCÍCH AKCÍCH**

**FEAR OF LOST – MISUSING OF SENIORS AT
PROMOTION ACTION**

Bakalářská diplomová práce

Hana Novotná

Vedoucí bakalářské diplomové práce: Ing. Mgr. Šárka Čepelková

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Poděbradech dne 24. 3. 2013

.....
Hana Novotná

Poděkování:

Ráda bych poděkovala paní Ing. Mgr. Šárce Čepelkové za vedení mé práce a za odvahu vůbec. Poděkování patří i mým přátelům za podporu během celého studia a mé dceři Alexandře za trpělivost.

Obsah

Úvod	6
1 Fenomén stáří.....	7
1.1 Osmá etapa životní cesty	7
1.2 Potřeba bezpečí ve stáří	8
2 Předváděcí akce - násilí páchané na seniorech	10
2.1 Senioři jako specifická skupina	10
2.2 Manipulativní techniky ze strany prodejců	11
2.2.1 Klam versus skutečnost	11
2.2.2 Strach ze ztráty	13
2.2.3 Agresivní praktiky	13
2.3 Ochrana spotřebitele	15
2.3.1 Občanský zákoník.....	16
2.3.2 Novela občanského zákoníku a ochrana seniorů	17
3 Komunikací proti manipulaci	20
3.1 Sociální interakce ve stáří	21
3.2 Specifika komunikace se seniory	22
4 Metodologie (Případové studie).....	23
4.1 I. studie.....	25
4.2 II. studie	30
4.3 III. studie	37
4.4. Analýza případových studií včetně porovnání rozsudků jednotlivých soudů	41
5 Návrh strategie přístupu sociálních pracovníků při práci se seniory	43
5.1 Sociální a odborné poradenství	43

5.2 Nabídka individuálních a skupinových aktivit, metody práce se seniory	48
5.2.1 Reminiscenční terapie	48
5.2.2 Asertivita	49
5.2.3 Validace.....	50
Závěr.....	52
Použitá literatura a zdroje	
Seznam příloh	
Přílohy	
Anotace.....	
Zadání bakalářské práce	

Úvod

„Absolutní stáří je, když vycházíte z muzea a spustí se alarm. A já se absolutně necítím být stár,“ říkával můj oblíbený senior pan Vachalík a nejraději bych ho objala. Můj čas přišel však až po písničce s tahací harmonikou, na kterou bravurně hrál i v den svých osmdesátých narozenin, ač nikdy nezapomněl podotknout, že je mu devětatřicet.

Hra na harmoniku symbolicky připomíná nádech a výdech. Kolika bolestivým nádechům jsem jako sociální pracovnice byla přítomna, tolikrát se ve mně zastyděl člověk, jak malicherné jsou často naše problémy ve srovnání s těmi, které s sebou nosí stáří, nemoc a ztráta důvěry. Ta práce je smutná, zničí tě – slýchávala jsem často a nikdy jsem se tolik nesmála, neradovala jako ve společnosti starých lidí. Časem jsem se naučila chápat a respektovat jejich „smíření se“, které jsem původně považovala za rezignaci. Klávesy na harmonice jsou v protikladu černé a bílé. Tedy i výdechy a loučení k životu patří. S tím už se ovšem každý musí nějak vyrovnat sám. Jsou však situace v životě, kdy by člověk sám být neměl.

Bakalářská práce se zabývá užíváním klamavých a agresivních praktik na seniorech a skládá se ze dvou částí. V teoretické části jsou specifikovány základní pojmy, které se k tomuto tématu bezprostředně vážou. Aktuálnost zvoleného tématu odpovídá dostupnosti cenných informací prostřednictvím odborné literatury, internetu, časopiseckých a jiných informačních zdrojů. Důležité pro práci je legislativní uchopení problematiky ochrany spotřebitele s využitím dosud platného a účinného zákona č. 40/1964 Sb., občanského zákoníku, zákona č. 99/1963 Sb., občanského soudního řádu a zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. V praktické části jsou analyzovány konkrétní soudní spory vedené mezi prodejci a poškozenými seniory. K zhodnocení dané problematiky dochází prostřednictvím analýzy případových studií a stanovení strategie práce se seniory. Hlavním cílem práce je najít vhodné formy obrany seniorů před poškozujícím jednáním ze strany prodejců na předváděcích akcích.

Práce se nezabývá definováním stáří z pohledu gerontologie. Na nekalé praktiky vůči seniorům na předváděcích akcích je pohlíženo jako na trestný čin proti lidské důstojnosti.

1. Fenomén stáří

„Nejen mladí lidé, ale ani většina osob středního věku o stáří mnoho neví. Není důvod se o ně zajímat, protože stáří se zdá být v nedohlednu. A tam, někde na konci životní cesty, se jeví šedivé, nezajímavé a uniformní. Proč tedy vlastně o něm přemýšlet dřív, než je to nezbytně nutné? Většina „nestarých“ přejímá obecně tradovaný a jak uvidíme později i mylný názor, že stáří nestojí vlastně za nic. Logickým důsledkem takového paušálního pojmání stáří je odklon od všeho a všech, kteří staří jsou nebo kteří nějakým způsobem stáří připomínají.“ (¹ 12). Lidský život bývá rozdílným způsobem periodizován. Z pohledu sociální politiky a sociologie je stáří označováno jako třetí věk. Psychologové pak hovoří o osmém věku.

1.1 Osmá etapa životní cesty

V psychologii je obecně přijímáno rozlišení životní cesty do osmi etap. Stárnutí a stáří je osmou etapou, pro kterou je vývojovým úkolem dosažení moudrosti. Je výsledkem zápasu mezi úsilím o integritu a rozkladnými silami nepříjemností zdravotních, sociálních i psychických. Integrita je poslední velké životní téma. Pokud není integrity dosaženo, upevní se v osobnosti seniora zoufalství a beznaděj, což je často okolím zpracováno v projevech nezájmu a opovržení, které uvedené pocity ještě fixují. Erik Homburger Erikson (²146), významný německý psycholog, je jedním z mála těch psychologů, kteří si vytvořili vlastní pojetí komplexního a kontinuálního vývoje lidské osobnosti. Erikson každou vývojovou fázi definoval prostřednictvím jejího hlavního cíle, kterého je potřeba dosáhnout. Nastínil i rizika vyplývající z jeho nezvládnutí. „Stabilita osobnosti se může projevit i tím, že člověk, který úspěšně zvládne jednu vývojovou fázi, obvykle zvládne i ty další. V této době by měl člověk přijmout svůj

¹ HAŠKOVCOVÁ, H. *Fenomén stáří*. Praha: Panorama, 1989. str. 12. ISBN 80-7038-158-2.

uplynulý život takový, jaký byl, vyrovnat se s ním a zaujmout k sobě i k okolnímu světu postoj, který zahrnuje nadhled a moudrost. Vlastní život již změnit nelze, a proto je třeba jej akceptovat. Je možné se těšit z toho, čeho člověk dosáhl a co vytvořil, a je nutné se smířit s tím, co se mu nepovedlo tak, jak si představoval. S proměnou životní situace souvisí i změna některých osobnostních rysů. Vědomí úbytku sil, ať už reálného či anticipovaného, a nastávajících ztrát se projeví pozvolným nárůstem neuroticismu, především úzkosti a zranitelnosti“² (150-151).

1.2 Potřeba bezpečí ve stáří

„Hledání smyslu a smysluplnosti života je primárním motivem lidského chování. Tato potřeba – stejně jako jiné potřeby – může být uspokojována nebo neuspokojena.“ (Abraham Harold Maslow)



(Příloha č. 1.: Hierarchie lidských potřeb dle Maslowa. Zdroj: vlastní zpracování)

² VÁGNEROVÁ, M. *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum, 2010. str. 150-151. ISBN 9788024618326.

Velmi známá teorie motivace amerického psychologa Abrahama Harolda Maslowa (³) vychází z přesvědčení, že se lidé neustále snaží o uspokojování svých potřeb. Tyto potřeby mají různou sílu a význam pro každého z nás. Maslow sestavil hierarchii potřeb, kterou známe pod názvem Maslowova pyramida potřeb. Všeobecně platí, že pro člověka jsou nejdůležitější potřeby nejnižší, tedy fyziologické, po jejich uspokojení nastupují další, třeba potřeba bezpečí, lásky, sebevzdělávání, zdravého způsobu života, ocenění a seberealizace. Na Maslowově hierarchii potřeb si můžeme názorně ukázat, proč lidé často nerozlišují touhu od potřeby, nakupují předražené věci, které přitom vůbec nepotřebují, podléhají planým slibům prodejců na předváděcích akcích. „Budeme postupovat zdola nahoru od momentu uspokojení fyziologických potřeb:

- Potřeba bezpečí - ochrana před rizikem, bolestí, neklidem, touha po přežití,
- touha po zdraví, strach před stárnutím, nemocemi - přemýšlení o racionální výživě, vitamínech, sportování a zdravém způsobu života,
- Pohodlnost - touha po odpočinku, případně lenivost - nákup věcí usnadňujících život a umožňujících pohodlí,
- Potřeba lásky - sexualita - touha líbit se, dobře vypadat, získat náklonnost - oblečení, kosmetika,
- Sounáležitost – družnost, přátelství, rodina - potřeba někomu udělat radost, někoho obdarovat,
- Potřeba uznání, seberealizace - potřeba sebezvzdělávání, mít vliv, mít určité postavení, být oblíbený, touha uplatnit se, napodobovat úspěšné, zařadit se mezi určitou sociální skupinu - nakupovat prestižní zboží.“ (³200).

Právě potřeba bezpečí a jistoty, která patří k základním požadavkům člověka, se s přibývajícím věkem zvyšuje, stejně jako strach z osamělosti.

³ STARZYCZNÁ, H. *Ekonomika obchodu*. Opava: Slezská univerzita, 2005. str. 200. ISBN 80-7248-22-6.

Ten vede mnohé seniory k účasti na různých předváděcích akcích, pořádaných podvodnými firmami. Pro podpis na kupní smlouvě za předražené a často nekvalitní zboží, se tito prodejci neštítí seniory podrobit manipulativním technikám hraničícím s brutálním psychickým nátlakem. Maslowova pyramida je dobrou pomůckou při jednání s lidmi. Zároveň vysvětluje, proč „NE“ v obchodě nemusí znamenat „NE!“

2. Předváděcí akce – násilí páchané na seniorech

Průměrné zboží za nadprůměrné ceny. Zákaz vstupu mladým a při kladení odporu výhrůžky zbitím. V naší zemi patří předváděcí akce dlouhodobě k nejproblematičtější formám prodeje. Cílem těchto „poznávacích zájezdů a výletů za kulturou“, je získat co nejvíc podpisů na kupní nebo úvěrové smlouvy. Spotřebitel dostane nabídku, kterou doslova "nelze odmítnout", a podpis smlouvy je jediným možným způsobem, jak se dostat z uzamčené místnosti. Předváděcí akce, na kterých jsou porušovány právní předpisy, jsou formou psychologické manipulace. Klamavými a často agresivními metodami se prodejci snaží přimět důvěřivé seniory k nákupu nabízeného zboží.

Proč právě seniory?

2.1 Senioři jako specifická skupina

Senioři jako poměrně důvěřivá, bezbranná a velmi snadno ovladatelná klientela, se prakticky stali "lovnou zvěří" pro nepoctivé prodejce. Mají často malý, ale stálý důchod, který se tak stává lehkou kořistí těchto nereseriózních společností. A ve smlouvách, které s nimi uzavírají, jde o poměrně vysoké částky. Smlouvy bývají psány drobným písmem a jejich přečtení stojí obzvláště staršího člověka hodně sil. Nehledě na fakt, že se prodejci všemožně snaží své „oběti“ rozptýlit a důkladné prostudování smlouvy jim znemožnit.

2.2 Manipulativní techniky ze strany prodejců

„Dokud je nebezpečné vědění přístupné jen několika málo lidem, do té doby se většina nemůže proti užití tohoto vědění bránit. Když ale budou techniky manipulace s lidmi, dosud zakázané rétoriky, přístupné všem a každý si je bude moci vyzkoušet, pak bude obětí pouze ten, kdo se neinformuje.“⁴

2.2.1 Klam versus skutečnost

„Řčení o ptáčkovi, kterému hezky zpívají, když ho chtějí lapit je prototypem scénáře prodejců, kteří pořádají předváděcí akce. Už samotná pozvánka na zájezd za pár korun vstupného je velkým lákadlem, nehledě na dárky a oběd zdarma.“

JSME VAŠIM SPOLEHLIVÝM PARTNEREM NA CESTY.

Zámek Berchtold

ZDARMA VSTUPENKA NA PROHLÍDKU ZÁMKU A MUZEA

Zajímavá prohlídka nově rekonstruovaného zámku s krásnými interiéry a různorodými exponáty v muzeu. Nešedným zážitkem je i prohlídka zahrady, kde jsou umístěny miniaturní hračky, zámky a zajímavých historických objektů.

ZDARMA OBĚD

Príspevek na dopravu 49,- Kč

ZDARMA OBČERSTVENÍ NA ZÁMKU

KUPÓN na dárek pro manželské páry a klienty

rotační mop - značka v ceně 899,- Kč **ZDARMA**

VSTUPENKA NA AKCI V CENĚ 199 Kč PRO VÁS ZDARMA

PLATÍ PRO 2 OSOBY

PRO KAŽDÉHO Z VÁS JSME JAKO PODĚKOVÁNÍ PŘIPRAVILI HODNOTNÝ DÁREK:

PRO PÁNY:

- přenosné rádio v ceně 299,- Kč **ZDARMA**

PRO DÁMY:

- svačkový box, forma na bábovku, síťovka v ceně 499,- Kč **ZDARMA**

PRO PÁRY:

- rotační mop - značka z TV v ceně 899,- Kč **ZDARMA**

Změna programu a dárků vyhrazena. Akce je určena pouze pro osoby starší 18 let a DP. ilustrační foto

(Příloha č. 2: Pozvánka na předváděcí akci)

⁴ BECK, G. *Zakázaná rétorika – 30 manipulativních technik*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 8024717433.

Na pozvánce, která láká na výlet či za kulturou, nenajdeme obchodní jméno prodávajícího a ani jeho adresu. Prodejce se tak snaží zůstat v utajení, před minulými a současnými nespokojenými zákazníky. Pokud se i prodejce na pozvánce představí, není to žádná záruka. „Mnohé firmy, které už jsou v tomto oboru podnikání známé, zmizí z povrchu zemského, aby se posléze objevily pod novým obchodním jménem.“⁽⁵⁾ Senioři, kteří se snaží se vymanit ze své každodenní samoty a těší se tak na prohlídku zámku či chvíle relaxace ve slíbených lázních, bývají rozčarováni jako paní Blanka: *„Když jsem ráno vybírala svou poštovní schránku, zaujal mě malý letáček. „Léčebné procedury, regenerace zad a kloubů. Pojeďte s námi načerpat novou sílu! Dárek a oběd od nás máte zdarma. Řekla jsem si, že ve svém věku už potíže s klouby mám a odpočinku není nikdy dost. Navíc zájezd stál pouhých 49 Kč, oběd zdarma to by byla škoda nevyužít! O 14 dní později už nás starý autobus vezl do ráje odpočinku. Cesta byla dlouhá a vyčerpávající. Přesto jsem se na chvíli odpočinku těšila, jaké bylo mé překvapení, když autobus zastavil v malé vesničce před kulturním domem. Dveře autobusu se otevřely a veselý mladík v obleku nás lákal do sálu starého kulturního domu: „No pojeďte, pojeďte, už se na vás těšíme! Jaká byla cesta, přátelé?“ (Čerpáno ze spisové dokumentace, paní Blanka, 65 let).*

Hlavním cílem předváděcích akcí, jaké se zúčastnila i paní Blanka, je předvádění zboží a nevybíravé nucení k podpisu kupní smlouvy. Senioři tak tráví celé hodiny v uzavřené sokolovně či restauraci. Dveře se odemknou až ve chvíli, kdy bude prodán určitý počet výrobků a prodejce tak má z akce zajištěn dostatečný zisk. „Fotografie dáreků vyobrazených na pozvánce jsou téměř vždy jen ilustrační a slouží jako spolehlivé vnadidlo. Kdo z nezasvěcených by odolal? Známý jsou případy, kdy třeba dárek – vánoční stříbrný řetěz měřil pouhých 40 cm, deka merino tedy z jemné ovčí vlny, byla stoprocentní syntetikou, úžasné nástěnné hodiny se

⁵ REDAKČNÍ KOLEKTIV. *Jak nespádnout do pastí*. Praha: Občanské sdružení spotřebitelů TEST, 2012.

proměnily v dětský budík, indukční vaříč byl nevařící atrapou. Co se za občerstvením také může skrývat, ukázal nedávný případ – uzeniny a pečivo jen tak hozené ve špinavém a přehřátém zavazadlovém prostoru autobusu.“⁽⁴⁵⁾

2.2.2 Strach ze ztráty

Další oblíbenou praktikou je vyvolání dojmu, že se jedná o mimořádnou (akční) nabídku, která se již nebude opakovat, a která je určena jen a pouze pro „vyvolené“ účastníky, a to po omezenou dobu – později již obchod nebude možný. „Materiální předměty mají mnohdy větší význam, než je jejich „pouhá kupní cena“. Věci si spojujeme s lidmi, s událostmi, vírou, nadějemi, láskou atd. Během smutku nad materiálními věcmi truchlíme nad hlubšími ztrátami, a proto bychom zármutek nad pouhými věcmi neměli nikdy opomíjet nebo podceňovat.“⁽⁶⁾ 61) To, že cena bývá ve skutečnosti nadsazená a výrobky spíše méně kvalitní, je v tu konkrétní chvíli vedlejší. F.O.L. = fear of lost = strach ze ztráty příležitosti výhodné koupě, která se nebude nikdy opakovat, je silnější. Pokud přesto spotřebitel s koupí váhá, prodejci se nerozpakují být arogantní, hrubí, až agresivní.

2.2.3 Agresivní praktiky

Šíře používaných manipulativních technik, které mimochodem vycházejí z příruček CIA z padesátých let minulého století (spánková deprivace, částečné vyhladovění nebo dlouhé stání v chladu), o tom, jak vést výslech, je skutečně široká. Prodejci se například, pomocí techniky zvané „indukování regrese“ snaží, aby se pro seniory v sále stali autoritou, se kterou nebudou mít tendenci diskutovat, a které se budou snažit za každou cenu zavděčit. Ve chvíli, kdy mají prodejci za to, že senioři jsou

⁶ ŠPATENKOVÁ, N. *Krizová intervence pro praxi*. Praha: Grada Publishing, 2004. str. 61. ISBN 80-247-0586-9.

„dostatečně zpracovaní“, přichází na řadu další fáze. „Z příjemných mladých mužů v oblecích,“ (jak je popsala paní A. Z. v případové studii č. 3) se najednou stávají „kárající učitelé, ba trestající vychovatelé.“ Stačí, aby si některý z přítomných seniorů dovolil oponovat, s něčím nesouhlasit, cena se mu zdála příliš vysoká, nebo rovnou řekl, že o prezentovaný výrobek nemá zájem a nepotřebuje ho. V tom okamžiku se stává terčem posměšných poznámek a agresivních slovních útoků ze strany prodejců. „Někdy dokonce dojde i na strkanice. Atmosféra v sále rázem zhoustne. Nechápané, a téměř vyděšené pohledy. Co se to stalo? Reakce v sále však nesměřuje k odporu proti metodám prodejců, ale k tomu, aby se dříve příjemná a přátelská atmosféra vrátila. Zvláště, když například rebelujícímu seniorovi prodejce vyhrožuje, že jej nevezme do autobusu, ať se domů dostane, jak chce...“ Výsledkem je pocit vlastního provinění a ještě větší snaha být poslušný, případně touha zavděčit se. Přitom přesně tak fungují i předem ohlášené dárky: když dostanu něco zadarmo, měl bych se jim odvděčit - tím, že si něco koupím... Prodejci následně znovu zopakují, jak jedinečnou příležitost získat tak úžasný výrobek přítomní mají. A že ta cena, kterou řekli na začátku, ta pro daný den vlastně neplatí, nebo že sice platí, ale k danému výrobku dostane kupující spoustu věcí v hodnotě i desítek tisíc korun zdarma... Případně díky rychlému kývnutí na nabídku, prostřednictvím „speciálního“ kuponu či výhry v jakési okamžité „soutěži“ – většinou „tombole“ - mohou získat ono zboží za ještě lepších podmínek, než kdykoliv předtím. A neopomenou zdůraznit, co přítomné čeká, když si výrobek nepořídí. Ono předražené zboží je totiž podle prodejců vlastně jediný způsob, jak zůstat zdravý (neboť zdraví je hlavní téma celé předváděcí akce – jedná se přece o jeden z nejpálčivějších problémů stáří).“ (Čerpáno ze spisové dokumentace pana J. H., účastníka na jedné z předváděcích akcí).

Důvěru, galantnost, úsměvy z počátku, vystřídá agrese. Prodejci, aby dosáhli zisku, se neštítí skutečně ničeho. Uzamknou dveře předváděcí místnosti, odeberou občanské průkazy, příkázou vypnout mobilní telefony,

vypnou topení, zhasnou světlo, nedovolí odskočení na toaletu – dokud nebudou mít dostatek podepsaných smluv.

Ochrana spotřebitele, je zakotvena v několika zákonech. Nicméně spotřebitel se svých práv může dovolávat jen tehdy, pokud je bude znát.

2.3 Ochrana spotřebitele

„Smlouvy uzavřené na předváděcích akcích a při podomním prodeji patří mezi spotřebitelské smlouvy uzavřené mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele / prodávajícího (§57 občanského zákoníku).

Podstatným a pro spotřebitele zásadním rozdílem oproti smlouvám uzavřeným v běžné obchodní síti je právo od smlouvy písemně odstoupit do 14 dnů od jejího uzavření. Nedošlo-li dosud ke splnění dodávky zboží či služeb dodavatelem, může spotřebitel od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 1 měsíce. Až rok na odstoupení má v případě, že o tomto právu nebyl informován. Existuje však jedna výjimka – výše uvedené neplatí u smluv, u kterých si spotřebitel výslovně sjednal návštěvu prodejce za účelem uzavření smlouvy!“ (5 9). Této skutečnosti nereseriózní prodejci velice rádi využívají a k podpisu podsouvají i „pozvánku na osobní návštěvu“, a to i přes skutečnost, že smlouva byla uzavřena v restauraci, v rámci předváděcí akce. Dalším trikem, kterého prodejci využívají je, že k podpisu smlouvy dojde v okamžiku, kdy prodejce kupujícího odveze i se zbožím domů. Není třeba podotýkat, že v obou případech se jedná o obcházení zákona. Případné spory ohledně platnosti či neplatnosti smlouvy je možné řešit přes soud, v rámci občanskoprávního sporu.

Většina seniorů se však stydí, že naletěli, bojí se reakcí rodinných příslušníků a nevěří v dosažitelnost právních služeb a spravedlivost soudu. Ovšem „Dle čl. 1 odst. 2 Ústavy: Česká republika dodržuje závazky, které pro ni vyplývají z mezinárodního práva. Čl. 36 odst. 1 Listiny: Každý se

může domáhat stanoveným postupem svého práva u nezávislého a nestranného soudu a ve stanových případech u jiného orgánu.“
(⁷Usnesení Ústavního soudu č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012)

2.3.1 Občanský zákoník

„Režim spotřebitelských smluv (smluv na ochranu spotřebitele) byl však výslovně upraven v občanském zákoníku až novelou provedenou zákonem č. 367/2000 Sb., kterým se mění zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a některé další zákony, a to s účinností od 1. 1. 2001. Jejím cílem bylo zajistit harmonizaci českého smluvního práva s evropským spotřebitelským právem, resp. s *aquis communautaire* v této oblasti (pro nyní posuzovanou skutkovou situaci jsou relevantní zejména směrnice Rady Evropských společenství 85/577/EHS ze dne 20. 12. 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory, a směrnice Rady Evropských společenství 93/13/EHS ze dne 5. 4. 1993, o nepřiměřených podmínkách ve spotřebitelských smlouvách).

Východiskem spotřebitelské ochrany je postulát, podle něhož se spotřebitel ocitá ve fakticky nerovném postavení s profesionálním dodavatelem, a to s ohledem na okolnosti, za nichž dochází ke kontraktaci, s ohledem na větší profesionální zkušenost prodávajícího, lepší znalost práva a snazší dostupnost právních služeb a konečně se zřetelem na možnost stanovovat smluvní podmínky jednostranně cestou formulářových smluv. Pro takové vztahy je charakteristické, že podnět ke smluvnímu jednání pochází zpravidla od dodavatele, přičemž spotřebitel není na smluvní ujednání připraven, při kontraktaci je využíván moment překvapení a nezkušenosti spotřebitele, v případě prodeje na obchodních prezentacích

⁷ NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení Ústavního soudu č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012. Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.

je u něj navíc vyvolán pocit vděčnosti za poskytnuté doprovodné služby spojené s prezentací, které se spotřebitel může snažit kompenzovat snahou vyhovět nabídce dodavatele, spotřebitel často nemá na místě samém možnost porovnat jakost a cenu nabídky s jinými nabídkami atd. Společným znakem této nové kogentní právní úpravy je tedy snaha cestou práva vyrovnat tuto faktickou nerovnost, a to formou omezení autonomie vůle.“ (7Nález Ústavního soudu, č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012).

2.3.2 Novela občanského zákoníku a ochrana seniorů

Stop razantnímu nárůstu podnikatelů, kteří svým klamavým chováním okrádají své spotřebitele, obcházejí zákon, měla učinit novela občanského zákoníku (zákona č. 40/1964 Sb.), která byla vyhlášena 30.5. 2012, a nabyla účinnosti k 14. 6. 2012:

„(1) Byla-li spotřebitelská smlouva uzavřena mimo prostory obvyklé k podnikání dodavatele nebo nemá-li dodavatel žádné stálé místo k podnikání, může spotřebitel od smlouvy písemně odstoupit do 14 dnů od jejího uzavření, nedošlo-li dosud ke splnění dodávky zboží či služeb dodavatelem, může od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodů a bez jakékoliv sankce do 1 měsíce. To neplatí ohledně smluv o opravě nebo údržba provedené v místě určeném spotřebitelem na jeho žádost, pokud dodavatel neprovedl jinou než vyžádanou opravu nebo údržbu nebo nedodal jiné zboží než nutné k provedení opravy nebo údržby. Dodavatel je zároveň povinen vrátit spotřebiteli zaplacené finanční částky do 30 dnů od odstoupení od smlouvy (Občanský zákoník, § 57).

Ke zlepšení postavení zákazníků a vyšší ochraně spotřebitelů vůbec, dochází u veškerých nákupů uskutečněných mimo prostory obvyklé k podnikání - tedy zejména právě při předváděcích akcích (a podomním prodeji). Prodejcům se tak, díky novele, nevyplatí nutit zákazníky, aby podepsali pozvánku na osobní návštěvu k sobě domů, ačkoliv k pozvání vůbec nedošlo, a předváděcí akce se konala v restauraci. Dřívější právní

úprava, po takovém podpisu, připravila kupujícího o právo od smlouvy odstoupit. Novela ze zákona vypustila ustanovení o možnosti sjednání osobní návštěvy, což výrazně zlepšilo práva spotřebitelů.

Ovšem prodejci přišli s figlem, jak novelu občanského zákoníku obejít. Trik, který jim novela znemožnila používat (při dodání zboží až do domu, mohli zákazníky připravit o možnost odstoupit od smlouvy), vyměnili velmi rychle za nový. Zákazníkům dávají podepsat, že prodané zboží jim budou i opravovat.

Jak nový trik vypadá v praxi? V následující modelové situaci paní Hedvika spadla do léčky, která přechytračila i zákon. Jak by pak nástrahám nekalých prodejců mohla odolat sedmasedmdesátiletá, zdravotně těžce postižená žena?

Modelová situace

Paní Hedvika strávila po mozkové příhodě hodně času po nemocnicích a následně i rehabilitačních zařízeních. Pohybuje se za pomoci dvou francouzských holí, má problém s řečí, těžce artikuluje. Je přesto optimisticky založená, má ráda kontakt s lidmi. I proto se rozhodla navštívit, v doprovodu své sousedky předváděcí akci, kterou reklamní společnost s příhodným názvem „Senior“ pořádala v blízké restauraci. Ačkoliv se šla „jen podívat“ na předváděcí akci podepsala kupní smlouvu na sadu nádobí, parní čistič, žehličku, indukční vařič za téměř pět tisíc korun. Paní Hedvika podepsala rovněž úvěrovou a rozhodčí smlouvu. Když se o několik dní později svěřila své vnučce, která k ní přijela na návštěvu a ukázala jí i složitou smlouvu, psanou miniaturním písmem, ta babičce vysvětlila jak je to pro ni velmi nevýhodné. Sama paní Hedvika nechápala, jak se nechala k podpisu smluv přesvědčit, když se šla na akci „jen podívat“. Podle nového znění zákona, za normálních okolností, by odstoupení paní Hedviky od smlouvy neměl být problém. Jenže... paní Hedvika podepsala i dohodu o opravě a údržbě věci. Právě ta je novým figlem prodejců. Zákon totiž ponechal – v případě odstoupení od smlouvy – výjimku právě řemeslníkům.

„Ve smlouvě je uvedeno, že se babičce budou po dobu pěti let starat o údržbu její staré lednice (!). Za opravu a údržbu jim má zaplatit třicet pět tisíc. Údržba má být dle smlouvy prováděna jednou za rok, nejdříve však po vypršení záruční doby věci,“ uvádí Hedvičina vnučka, paní Milena.

Zákon totiž znemožňuje odstoupení od smlouvy o opravě a údržbě věci v místě určeném spotřebitelem a na jeho žádost.

„Takové smlouvy lze považovat za obcházení zákona. Pokud se ale nepodaří jednoznačně prokázat, že spotřebitel nebyl informován o předmětu smlouvy nebo že mu byla podstrčena k podpisu podvodem, pak je odstoupení od takové smlouvy problematické. V těchto případech by se poškození spotřebitelé mohli domoci svých práv (a nároků) pouze soudní cestou,“ vyjádřila se (nejen k problému paní Hedviky) mluvčí České obchodní inspekce Miloslava Fléglová.

Vnučka paní Hedviky smutně podotkla: „Jenže babičce se do soudního sporu, hlavně z důvodu jejího špatného zdravotního stavu, nechce.“ A podvodníci znovu a znovu zneužívají bezbrannosti a důvěřivosti starých lidí. Dá se proti tomu nějak bránit?

Prodejci využívají komunikaci k manipulaci.

Zamyšlení nad potřebami seniorů právě v oblasti komunikace – o čem rádi mluví, co rádi poslouchají (při využití dovedností dobré komunikace) – jako je parafrázování, zrcadlení, povzbuzení, mlčení, aktivní naslouchání přivádí k myšlence, zda by se zbraň v rukou prodejců, mohla stát ochranným štítem seniorů.

3. Komunikací proti manipulaci

Komunikace je proces předávání informací mezi dvěma či více komunikujícími subjekty.

Pro vytvoření dobrého vztahu s klientem, je velmi důležité zvládnout umění **rozhovoru**. „Rozhovor je dorozumívání dvou nebo více osob, sdělování a sdílení pocitu, názoru, zkušeností nebo nadějí. Rozhovor vytváří most, po němž se k sobě dostávají někdy zcela rozdílné světy zúčastněných. Jde o to, aby komunikující lidé jeden druhého pochopili, přijali, podepřeli nebo si navzájem poskytli zpětnou vazbu, radu nebo inspiraci. Rozhovorem myslíme dialog, tedy dorozumívání pomocí slov, které vede k formulování a odkrývání pravého stavu věci, či dokonce pravdy, jak to vnímali staří Řekové. Rozhovor není prolínání monologu, z nichž každý je soustředěn na sebe a uzavřen druhému. Komunikace se odehrává v rovině slov, ale současně probíhá na neverbální úrovni, mimoslovně. Projev člověka vždy vnímáme jako celek.“⁸ (75-76)

Modelová situace

Seminář „Ochrana seniorů při předváděcích akcích a podomním prodeji“, který pořádá Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky, a kterého se účastní kromě zástupců České obchodní inspekce, právních odborníků, také sociální pracovníci a senioři, kteří se stali oběťmi nekalých praktik na předváděcích akcích. O přestávce se jedna seniorka, s kupou korespondence v rukou, bázlivě obrátí na přítomnou sociální pracovníci, která byla během diskuze poměrně aktivní.

Seniorka (klient): „Budete se bavit se starou, blbou bábou, která nalítla jak nerozvážná mladice?“

⁸ MATOUŠEK, O. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál, 2003. str. 75 – 76. ISBN 80-7367-502-1.

Sociální pracovníce (s povzbuzujícím úsměvem): „Samozřejmě vás ráda vyslechnu. Povězte mi, proč si to o sobě myslíte? Praktiky prodejců, kterým jste podlehla, jsou velmi dobře promyšlené.“

Seniorka: „Stydím se, ani nevíte jak. Neví to nikdo, ani syn. Už by za mnou nikdy nepřišel.“ Poté vzrušeně začne vyprávět svůj příběh. Gestikuluje a četná korespondence letí vzduchem. Sociální pracovníce navrhuje se k rozhovoru posadit a seniorce přináší čaj. K rozhovoru se připojují další senioři, každý má svůj příběh. **Seniorka** se domáhá svého práva na prvenství: „Běžte si jinam!“ „Proč? Jen tahle paní sociální řekla, že má vždycky cenu se bránit,“ odvětil starší pán. Příběh seniorky měl pak svou konkrétní (a doufejme šťastnou) dohru u právní poradkyně dTestu, která byla rovněž na semináři přítomna, a ke které seniorku dovedla sociální pracovníce. Tato modelová situace je názornou ukázkou toho, jak profesionální poskytovatelé péče, tak i laická veřejnost často podceňují možnosti komunikace, a nejsou tak schopni rozpoznat skutečné potřeby seniorů. Je nezbytně nutné, na stáří pohlížet jako na přirozenou součást života člověka. „Respektování autonomie seniora s ohledem na jeho aktuální stav je však možné pouze na základě předávání přiměřených a pochopitelných informací, které v konečném důsledku vedou ke zvýšení adherence a compliance klienta. Jestliže nahlížíme na stáří jako na významný fenomén doprovázející moderní společnost, pak dalším významným a klíčovým aspektem, který je výrazně akcentován v civilizované společnosti, je sociální interakce a komunikace.“⁹ 9)

3.1 Sociální interakce ve stáří

Není možné nekomunikovat. Všude tam, kde se lidé vzájemně setkávají, dochází k sociální komunikaci, ale také k hodnotové interakci.

⁹ POKORNÁ, A. *Komunikace se seniory*. Praha: Grada Publishing. 2010. str. 9. ISBN 978-80-247-3271-8.

Senioři potřebují pozitivní zkušenosti o stavu světa a projevy zájmu okolí o jejich názory. Mají-li možnost stýkat se s pozitivně smýšlejícími vrstevníky, je to pro ně velký zdroj posily. V sociální interakci je zdůrazňována potřeba výstižnosti, přesnosti a korektnosti verbálního sdělování a taktéž obratností a dovedností v neverbálním dorozumívání s tak specifickou skupinou, jakou senioři jsou. Zdánlivá maličkost nebo nepřesnost může vést k chybám, které mají ničující důsledky pro vztah senior – sociální pracovník, co se týče vzájemného respektu a důvěry.

3.2 Specifika komunikace se seniory

Každodenní péče o seniory ať již v domácí péči, zdravotnickém či sociálním zařízení, vyžaduje profesionální přístup. Každý pracovník by měl znát biopsychosociální zvláštnosti, které se s určitým věkem pojí, a snažit se je respektovat. Zvláštní pozornost zaujímá samotná komunikace, která se stává základem dorozumívacího procesu. Dlouhodobé psychické a emocionální zneužívání, týrání či opakovaná slovní agrese zahrnuje verbální komunikaci a způsob jednání, které daného seniora ponižují, jsou zraňující a snižují jeho důstojnost. Takové zneužívání se vyznačuje:

- a) nedostatkem respektu k soukromí a osobnímu majetku seniora
- b) nedostatkem ohledu k jeho přáním a preferencím
- c) bráněním v přístupu k druhým osobám
- d) nenaplněním zdravotních a sociálních potřeb seniora

Senioři jsou si dobře vědomi nesprávného chování svých dětí, zdravotníků i sociálních pracovníků. Bojí se však stěžovat, neboť mají strach, aby situaci ještě nezhoršili. Profesionální komunikace je podceňována, a v seniorech tak roste sebehodnocení, že jsou na obtíž a bylo by skutečně lepší zemřít a své místo přenechat perspektivnější osobě. Doprovází je strach, špatná schopnost rozhodování, apatie, uzavřenost, deprese. Snaha porozumět potřebám starých lidí, bohužel, často chybí zdravotníkům, pečujícím osobám i sociálním pracovníkům. Únikovou cestu a pochopení tak hledají, a nacházejí na zcela nevhodných místech.

4. Metodologie (Případové studie)

Praktická část práce se podrobně věnuje analýze tří případů. Jednotlivé causy jsou vybrány cíleně. Ve všech třech případech došlo k uzavření spotřebitelské smlouvy na předváděcích akcích mezi seniorem na jedné straně a neseriózním prodejcem na té druhé. Všechny tři měly svou dohru u soudu. Všichni senioři řekli NE! „Ne“ neserióznímu jednání, kterého se jim od prodejců dostalo, které porušovalo jejich lidská práva, a bylo v rozporu se zákonem. Už není tolik podstatné, zda to „ne“ řekli sami, za pomoci sociálního pracovníka, rodiny či za podpory medializace problému. Důsledné prozkoumání tří případů vede k získání zkušeností s naplňováním předpisů, kritérií a norem. Aplikovaná metoda zpracování umožňuje lépe pochopit jiné podobné případy, což je podstatou případové studie.

„V sociální práci lze případovou studii chápat jako aktuální zprávu o případu, popisuje určitý problém, situaci, událost, plán intervence, úkolů, aktivit zaměřených na eliminaci klientova problému. Zachycuje postoj a prožívání sociálního pracovníka při práci s klientem. Cílem případové studie je najít nová, vhodná řešení klientova problému, pomoci mu odstranit nedostatky a posilovat jeho vlastní zdroje při řešení životních situací.“
(¹⁰ 11)

Při zpracování případových studií bylo čerpáno ze spisové dokumentace soudů - z výpovědí klientů, zpráv o klientovi vypracovaných soudci, vyšetřovateli a jinými osobami. Při této bylo samozřejmě dbáno na dodržování etických zásad, především zásad povinné mlčenlivosti a ochrany osobních údajů v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů.

¹⁰ HAJDOVÁ, J. *Kazuistický seminář*. Ostrava - Mariánské Hory: OA a VOŠS. 2012. str. 11. ISBN 978-80-87540-76-3.

Každá z případových studií je zpracována v následující strukturované formě:

1. Úvod do situace, zdůvodnění výběru případu, cíl případové studie.
2. Základní údaje o klientovi, osobní a sociální anamnéza.
3. Status praesens – popis situace, problému a jeho analýza.
4. Popis řešení situace. Vlastní návrh intervenčních kroků.
5. Závěr, shrnutí.

Práce na každé případové situaci pak probíhala v následujících fázích:

1. Sběr a studium dostupných informací (zdroje dat, analýza dokumentů)
2. Zpracování zprávy (popisná část).
3. Rozbor, kauzální analýza případu (stanovení sociální diagnózy, kauzální souvislosti, stanovené cíle, návrh sociální terapie – intervence, sociální prognóza případu).

4.1 Případová studie č. I – diamantové šperky

1. Úvod do situace, zdůvodnění výběru případu, cíl případové studie.

Paní I. Š., na pozvání své známé, v té době zprostředkovatelky obchodů, se dne 23. 11. 2008 zúčastnila reklamní prezentace společnosti D. I. C., pořádané v jednom plzeňském hotelu. Tedy mimo její provozovnu. Téhož dne, paní I. Š. uzavřela formulářovou kupní smlouvu, podřízenou obchodnímu zákoníku, kterou vyjádřila vůli koupit od své známé, zprostředkovatelky obchodů, diamantové šperky za kupní cenu ve výši 110 tis. Kč s tím, že *„jestliže kupující zaplatí cenu do dvou dnů od podpisu Osvědčení o účasti na školení společnosti D.I.C. zaměřeném na problematiku investic do drahých kamenů částku ve výši 80 tis. Kč, je tato částka konečnou cenou a kupující tudíž získá slevu ve výši 30 tis. Kč.“* Osvědčení podepsala paní I. Š. spolu s kupní smlouvou, neboť tento úkon byl nezbytným předpokladem nabytí nabízeného šperku. Obsahem osvědčení byl závazek paní I. Š. – účastníka školení – zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, se kterými byl seznámen během školení, jakož i další závazky. Na zmíněné prezentaci paní I. Š. podepsala pouze kupní smlouvu a osvědčení, o dva dny později, znovu na popud své známé – obchodní zprostředkovatelky – se opětovně zúčastnila reklamní prezentace firmy D.I.C. a podepsala mandátní smlouvu. (Podle zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, § 566: (1) Mandátní smlouvou se zavazuje mandatář, že pro mandanta na jeho účet zařídí za úplatu určitou obchodní záležitost uskutečněním právních úkonů jménem mandanta nebo uskutečněním jiné činnosti, a mandant se zavazuje zaplatit mu za to úplatu. (2) Je-li zařazení záležitosti předmětem podnikatelské činnosti mandatáře, má se za to, že úplata byla smluvena.

Zdůvodnění výběru případové studie:

Případ je zajímavý tím, že paní I. Š. se – v rámci předváděcí akce – zúčastnila (aniž by to tušila) školení zaměřeného na problematiku investic do drahých kamenů, převzala na sebe další závazky a nemohla tak od uzavřené kupní smlouvy odstoupit podle §57 odst. 3 občanského zákoníku (Spotřebitel má právo od smlouvy písemně odstoupit do 14 dnů od jejího uzavření. Nedošlo-li dosud ke splnění dodávky zboží či služeb dodavatelem, může spotřebitel od smlouvy odstoupit bez uvedení důvodu a bez jakékoliv sankce do 1 měsíce. Až rok na odstoupení má v případě, že o tomto právu nebyl informován), protože toto ustanovení lze použít pouze v případě, že by kupní smlouvy uzavírala jako spotřebitel – nepodnikatel.

Cíl případové studie:

Tato případová studie si klade za cíl zjistit, zda je skutečně základním prostředkem ochrany spotřebitele právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

2. Základní údaje o klientovi, osobní a sociální anamnéza

Paní I. Š. žije v západočeské metropoli již od svého narození, v roce 1945. Dle vlastních slov neměla lehký život, manželství s bankovním úředníkem bylo však harmonické. O jediného syna přišla při tragické nehodě, kdy zemřel i s celou svou rodinou během dovolené v bývalé Jugoslávii. Její manžel se s touto tragickou skutečností nikdy nevyrovnal, zemřel necelý rok po svém synovi. Paní I. Š. se z počátku uzavřela do sebe, odmítala jakýkoliv kontakt s příbuznými. Proдалa hezký rodinný domek, ve kterém žila společně s manželem, synem a jeho rodinou. Z prodeje domku si koupila malý byt na sídlišti, zbytek peněz uložila na vkladní knížku. Žije velmi skromně. Je v bližším, pravidelném kontaktu (cca 3x týdně) pouze se sousedkou (rozvedená, rovněž vdova), která je onou zmíněnou zprostředkovatelkou obchodů, a která paní I. Š. přivedla na předváděcí akci a způsobila jí tak nejednu bezesnou noc. I když ona sama tvrdí, že byla rovněž prodejcem oklamána.

Paní I. Š. v loňském roce upadla na zledovatělém chodníku a prodělala komplikovanou frakturu krčku stehenní kosti. Po operaci a náročné rehabilitaci se pohybuje za pomoci dvou francouzských holí. Je příjemcem sociální dávky příspěvek na péči v 1. stupni závislosti a pobírá tak 800 Kč měsíčně. Pravidelně využívá služeb pečovatelské služby. Má zajištěny obědy 3x týdně, pravidelně využívá služeb pedikérky (paní I. Š. je diabetik a potřebuje speciální pedikúru), která k ní dochází do bytu 1x měsíčně.

V rámci řízení žádosti o zvýšení příspěvku na péči se na sociální šetření, které je nedílnou součástí řízení, dostavila sociální pracovnice příslušného úřadu (městského obvodu). Právě sociální pracovníci se paní I. Š. svěřila s tím, jak byla naivní a podlehla klamným praktikám nereseriovních prodejčů. Sociální pracovnice naštěstí byla odborníkem ve svém oboru a empatie pro ni nebyla jen pojmem, a paní I. Š. dojednala schůzku s právní poradkyní, s kterou byly následně dojednány konkrétní kroky vedoucí k vyřešení celé causy.

3. Status praesens – popis situace, problému a jeho analýza

Paní I. Š., po rozhovoru se sociální pracovnicí, celou věc a její okolnosti uvážila a využila možnosti dané jí ustanovením § 262 odst. 4 obchodního zákoníku ve spojení s § 57 odst. 1 občanského zákoníku a od kupní smlouvy, jakož i od smlouvy mandátní, odstoupila s tím, že požaduje vrácení kupní smlouvy. Bylo jí ovšem sděleno, že výpověď je považována za neplatnou. Paní I. Š., zastupovaná svou advokátkou podala žalobu nejprve Okresnímu soudu v Plzni a posléze i Krajskému soudu tamtéž. Okresní soud žalobu zamítl, neboť dospěl k závěru, že návrh stěžovatelky paní I. Š. je neoprávněný. Tuto skutečnost dovodil z doložené listiny, z níž vyplývá, že paní I. Š. se zúčastnila školení zaměřeného na problematiku investic do drahých kamenů, že převzala další závazky, že tudíž nemohla od uzavřené kupní smlouvy odstoupit podle § 57 odst. 3 občanského zákoníku, protože toto ustanovení lze použít pouze v tom případě, kdyby kupní smlouvu uzavírala jako spotřebitel – nepodnikatel.

Okresní soud považoval odstoupení paní I. Š. od smlouvy za neplatné, protože nebyly splněny podmínky podle § 345 odst. 1 obch. zákoníku tedy nedošlo k podstatnému porušení smlouvy. Proti rozsudku podala stěžovatelka (paní I. Š.) odvolání s důrazem na její postavení jako nepodnikatelky. Krajský soud dospěl k závěru, že odvolání není důvodné, prvostupňový rozsudek okresního soudu potvrdil a uložil paní I. Š. povinnost uhradit náklady odvolacího řízení. Paní I. Š. však byla přesvědčena, že napadenými rozsudky bylo porušeno její základní právo na spravedlivý proces ve smyslu čl. 36 odst. 1 Listiny základních práv a svobod. Rovněž podotkla, že obecné soudy se nevypořádaly s její námitkou, že při uzavírání kupní smlouvy nevystupovala jako podnikatelka. Teprve Ústavní soud, na který se paní I. Š. obrátila, pak celou causu zhodnotil jako zásah do základního práva stěžovatelky, paní I.Š., ke kterému došlo kardinálně nesprávnou interpretací ustanovení zaměřených na ochranu spotřebitele (§52 a násl. občanského zákoníku, a to i ve vztazích podřízených režimu obchodního zákoníku), resp. posouzením, zda tato ustanovení lze aplikovat v posuzované věci.

„Byť ústavní soud zásadně není povolán k přezkumu správnosti výkladu a použití podústavního („jednoduchého“) práva, přesto tak může učinit, avšak jen tehdy, jestliže současně shledá porušení některých ústavních kautel.“ (7 Nález Ústavního soudu, č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012).

4. Popis řešení situace. Vlastní návrh intervenčních kroků

Ústavní soud, vzhledem k tomu, že bylo porušeno základní právo paní I. Š. na spravedlivý proces, zaručené v čl. 36 odst. 1 Listiny základních práv a svobod, napadené rozsudky jak Krajského tak Okresního soudu zrušil, a to podle ustanovení § 82 odst. 3 písm. a) zákona č. 182/1993 Sb., o Ústavním soudu.

Ústavní soud dospěl k závěru, že „výhodiskem spotřebitelské ochrany je názor, podle něhož se spotřebitel ocitá ve fakticky nerovném postavení s profesionálním dodavatelem, a to s ohledem na okolnosti, za nichž dochází

ke kontraktaci, s ohledem na větší profesionální zkušenost prodávajícího, lepší znalost práva a lepší dostupnost právních služeb, a konečně možnost stanovovat smluvní podmínky jednostranně cestou formulářových smluv. Pro takové vztahy je charakteristické, že podnět ke smluvnímu jednání pochází z pravidla od dodavatele, přičemž spotřebitel není na smluvní ujednání připraven, při kontraktaci je využíván moment překvapení a nezkušenosti spotřebitele, v případě prodeje na obchodních prezentacích je u něj navíc vyvolán pocit vděčnosti za poskytnuté doprovodné služby spojené s prezentací, které se spotřebitel může snažit kompenzovat snahou vyhovět nabídce dodavatele, spotřebitel často nemá na místě samém možnost porovnat jakost a cenu nabídky s jinými nabídkami atd.“ (7 Nález Ústavního soudu, č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012).

5. Závěr, shrnutí.

Společným znakem právní úpravy spotřebitelských smluv je tedy snaha cestou práva vyrovnat tuto faktickou nerovnost – formou autonomie vůle. Cílem této případové studie bylo zjistit, zda je skutečně základním prostředkem ochrany spotřebitele právo od uzavřené smlouvy odstoupit. V této cause došlo k zásahu do základního práva paní I. Š., a to kardinálně nesprávnou interpretací ustanovení zaměřených na ochranu spotřebitele (§ 52 a násl. občanského zákoníku). „Přičemž vznik tohoto práva není následkem nedostatku náležitostí právního úkonu, či porušení právní povinnosti, ale výkonem ochrany spotřebitele, který tak má možnost narušit princip pacta sunt servanda.“ (7Nález Ústavního soudu, č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012).

Ústavní soud po přezkoumání napadených rozhodnutí a dalších skutečností v řízení předcházejících jejich vydání, že v posuzované věci jsou zjevně naplněny ty předpoklady, které odůvodňují aplikaci § 57 občanského zákoníku – tedy právo spotřebitele od uzavřené smlouvy odstoupit.

Paní I. Š. žije sama. Je pochopitelné, že informace získané z interpersonálních vztahů v rámci rodiny nebo od přátel mají pro seniory

nesrovnatelný přínos, ne všichni však takové štěstí a zázemí rodiny mají. Paní I. Š. řekla své „NE“ po rozhovoru se sociální pracovnící, které se svěřila, že chtěla ještě dát svému životu nějaký smysl. Manžel ji totiž kdysi slíbil, v době kdy měli sice velké finanční těžkosti, ale byli spolu velmi šťastni, že ji jednou zahrne diamantovými šperky. Paní I. Š. si přála, prostřednictvím šperků, vrátit lesk starých, pro ni velmi cenných časů. A možná i uzavřít jednu životní kapitolu.

Vlastní návrh intervenčních kroků:

Za pomoci sociální pracovnice by mohla otevřít kapitolu novou. V blízkosti domova paní I. Š. se nachází denní stacionář, zařízení rodinného typu, kde se lidem seniorského věku nabízí celodenní péče, pobyt mezi vrstevníky a především aktivní trávení času. Paní I. Š. by se již necítila tak osamělá a pobytem ve stacionáři, který by z počátku navštěvovala 2 – 3 týdně, je možné předcházet sociálnímu vyloučení a zároveň zachovat a podporovat soběstačnost, psychické a fyzické schopnosti seniora.

4.2 Případová studie č. II – dobré mravy

1. Úvod do situace, zdůvodnění výběru případu, cíl případové studie.

V druhé cause se jedná o případ pana J. H. (72 roků), který předváděcí akci firmy Z. považoval za párty, na které hojně užíval alkoholické nápoje, aniž by tušil, že akce bude završena obchodním jednáním. Posilněn alkoholem podepsal kupní smlouvu na masážní křeslo v ceně 80 tis. Kč. Mezi smluvními stranami nebylo dohodnuto odstoupení od smlouvy. Pan Josef ve své ústavní stížnosti poukazoval na skutečnost, že dealer předvádějící zboží porušil zákaz klamání spotřebitele, neboť o skutečných vlastnostech prodávajícího zboží uváděl přehnané a zavádějící údaje, a rovněž postup, jakým byl sjednán způsob splátek a termín dodání zboží se mu jeví jako bezplatné úvěrování prodávajícího, což se v daném

prostoru, čase a společnosti zdá být v rozporu s dobrými mravy, které jsou souhrnem etických, obecně zachovávaných a uznávaných zásad, jejichž dodržování je mnohdy zajišťováno i právními normami tak, aby každé jednání bylo v souladu s obecnými morálními zásadami demokratické společnosti.

Vzhledem k tomu, že tento obecný horizont musí být posuzován z hlediska konkrétního případu – v daném čase, na daném místě a ve vzájemném jednání účastníků právního vztahu.

Zdůvodnění výběru případové studie:

Případ druhý se jeví zajímavým z pohledu pana J. H., který ve stížnosti Ústavnímu soudu namítal, že obecní soudy (případem se zabýval jak Okresní tak Krajský soud v Ústí nad Labem) měly vzít v úvahu skutečnost, že celá situace směřující k podpisu smlouvy se společností Z. byla předem navozena tak, že rozhodování pana J. H. o uzavření smlouvy bylo značně omezeno. Jak podáváním alkoholických nápojů, tak zkreslováním skutečných vlastností prodávaného zboží. Pan J. H. se domníval, že by mu obecní soudy měly poskytnout právní ochranu proti agresivnímu prosazování obchodních cílů podnikatelských subjektů.

„Ústavní soud se rovněž zabýval námitkou stěžovatele zdůrazňující potřebu zvýšené ochrany spotřebitele při obchodech prováděných určitými prodejními technikami podle obecných ustanovení občanského zákoníku, nicméně v interpretaci a aplikaci hmotného práva obecními soudy neshledal ústavně nekonformní postup. Řešení používané v zemích Evropské unie, podle kterého je zvláštní úpravou (Směrnice Rady 85/577/EHS z 20. 12. 1985 o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednaných mimo obchodní provozovnu) spotřebiteli, který uzavřel smlouvu v domově jiného spotřebitele, poskytnuta sedmidenní lhůta k vypovězení výsledků svého jednání písemnou výpovědí, není v českém právním řádu zatím promítnuto, takže odstoupení od kupní smlouvy, tedy to, o co stěžovatel usiloval, je třeba ve smyslu ustanovení § 48 občanského zákoníku mezi účastníky

smlouvy dohodnout. I v případě existence takové úpravy by však bylo věci dalšího zkoumání, zda nedodržení takového právního předpisu by bez dalšího posunulo takový případ do ústavně právní normy“ (¹¹Z usnesení Ústavního soudu č. j. IV. ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999).

Causa pana J. H. z roku 1999 je i ukázkou nedostatečné a liknavé legislativy v České republice, která by dostatečně chránila spotřebitele. Teprve od 1. 1. 2011 přijala česká právní úprava poskytování služeb mimo stálou provozovnu a pomocí prostředků komunikace na dálku v rámci úpravy tzv. spotřebitelských smluv v občanském zákoníku. Jak uvádí Hulva (¹² 203), problematika smluv uzavíraných mimo provozovnu, je upravena ustanovením § 57 občanského zákoníku, které implementuje výše uvedenou směrnici Rady 85/577/EHS z 20. 12. 1985 o ochraně spotřebitele při smlouvách sjednaných mimo obchodní provozovnu. Tato směrnice dává spotřebiteli možnost od smlouvy odstoupit ve lhůtě 14 dní poté, co je smlouva uzavřena.

Cíl případové studie:

V rámci kupní smlouvy byly ujednány platební podmínky, především dlouhodobé splátky nedodaného zboží – což je, dle pana J. H., v rozporu s dobrými mravy. „Ujednání, podle kterého prodávající předá předmět kupujícímu až po plné úhradě kupní ceny dohodnuté ve splátkách, v rozporu s dobrými mravy, není,“ sdílí Ústavní soud rozsudek Nejvyššího soudu ČR (¹³Usnesení ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999, odkaz na sp.zn. 2 Cdon 1806/96).

¹¹ NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení Ústavního soudu č. j. IV. ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999. Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.

¹² HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Wolters Kluwer (ASPI). 2005. str. 203. ISBN 80-7357-064-5

¹³ NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999. odkaz na sp.zn. 2 Cdon 1806/96). Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.

Zjistit, jak to tedy je - z hlediska konkrétního případu – v daném čase, na daném místě a ve vzájemném jednání účastníků právního vztahu, je cílem této případové studie.

2. Základní údaje o klientovi, osobní a sociální anamnéza

Sociální pracovnice příslušného Městského úřadu, která zpracovává sociální dávky, konkrétně příspěvek na péči, popisuje setkání s rodinou pana J. H., i samotným panem J. H., následujícím způsobem:

„První kontakt s rodinou pana J. H. se uskutečnil na našem úřadě, kam jeho syn přinesl žádost o příspěvek na péči. Bylo zřejmé, že úředníky pohrdá a jednání se mnou chtěl omezit na nezbytně nutnou dobu. Velmi nelibě reagoval na skutečnost, že nemohu – pokud je otec ve zdravotnickém zařízení – provést sociální šetření. Syn popsal otcův stav jako velmi závažný. Ze synova popisu jsem nabyla dojmu, že otec je ležící a zcela závislý na péči druhé osoby. Syn disponoval informací o nejvyšším stupni příspěvku na péči, který činí 12 tisíc Kč. Žádné další informace k dávce ho nezajímaly. Chtěl pouze vědět, jak dlouho to bude trvat, než bude dávka otci přiznána. Se synem jsem se nakonec dohodla, že žádost příjmu, řízení (po dobu pobytu v nemocnici) přeruším a poté, co mi nahlásí, že otec je propuštěn do domácího léčení, domluvíme se na sociálním šetření. Syn mě ještě informoval, že otec již nezvládne samostatný život ve svém rodinném domku a rodina mu zajistila kvalitní ubytování v soukromém domově seniorů (který není evidovaný v Registru poskytovatelů péče).“

Panu J. H. je 72 roků. Ovdověl před rokem. Má syna a dceru. Syn je ženatý a se svou rodinou bydlí ve svém rodinném domku. Dcera je svobodná, bezdětná. Nikde nepracuje a již léta žije jen ze sociálních dávek. Bydlí s otcem. Nepřispívá na režie – veškeré náklady na chod domácnosti hradí otec ze svého důchodu.

(Čerpáno ze spisové dokumentace pana J. H.)

3. Status praesens – popis situace, problému a jeho analýza

Smutný příběh seniora z Ústí nad Labem má své pokračování: „Zhruba po měsíci od setkání na úřadě mě syn pan J. H. telefonicky informoval, že otec je v péči Centra odlehčovacích služeb, které je registrovaným poskytovatelem péče, a kde je tedy možné provést sociální šetření. To jsem i následně dojednala se sociální pracovníci centra. Sociální pracovnice mi (v den sociálního šetření) sdělila, že pan J. H. je na dvouložkovém pokoji v patře. Předpokládala jsem, že ho tedy – vzhledem k jeho stavu – navštívím v jeho pokoji. S úsměvem mi odpověděla, že pan J. H. přijde sám do společenské místnosti. Jaké bylo mé překvapení, když – chvíli poté – pan J. H. skutečně sám (a bez opory!) zvládl poměrně strmé schody z patra. Pozdravil mě (dokonce galantně políbil ruku), byl orientovaný, věděl, proč jsem přišla. Odpovídal na všechny mé otázky. Dokázal si sám z kuchyňské linky donést kávu, osladit (vrátil se do ledničky pro mléko). Jeho rovné držení těla a jistota během chůze (vzhledem k věku) bylo obdivuhodné. Sociální pracovnice centra pochválila jeho soběstačnost – zvládne koupání bez pomoci, nají se (často si i přidává, má velkou chuť k jídlu) sám – chodí bez hůlky na krátké procházky kolem centra.

Během šetření se mi pan J. H. svěřil, že se mu sice v centru líbí, ale rád by se vrátil domů. Rodina mu to však neumožňuje. Pan J. H. byl přinucen k přepisu vlastnického práva na dům na svou dceru. S tím, že může ve svém domku dožít. Sociální pracovnice mě poté – již o samotě – informovala, že rodina pana J. H. se objevila pouze jednou, když mu přišel na adresu centra důchod. Problém byl i s platbou za pobyt v centru. Syn se vyjádřil v tom smyslu, že „otec provedl nějakou hloupost na předváděcí akci a nyní dávku příspěvek na péči ve výši 12 tis. Kč nutně potřebují k tomu, aby mohli dluh, který vznikl, splácet.“

(Čerpáno ze spisové dokumentace pana J. H.)

4. Popis řešení situace. Vlastní návrh intervenčních kroků

Obecné soudy, které se případem pana J. H. zabývaly, dospěly k závěru, že v projednávané věci nedošlo k porušení ústavně zaručených práv stěžovatele. Okresní soud v Lounech, na základě předložených důkazů, konstatoval, že mezi panem J. H. a firmou Z. byla uzavřena platná kupní smlouva, přičemž pan J. H. smlouvu uzavřel svobodně, bez psychického či fyzického nátlaku, byl schopen smlouvu adekvátně vnímat. K odstoupení pana J. H. od smlouvy nedošlo, neboť odstoupení nebylo smluvními stranami dohodnuto. Námitka o neplatnosti učiněného právního úkonu z důvodu omylu nebyla akceptována jak soudem prvního stupně, tak i Krajským soudem v Ústí nad Labem, který rozsudek okresního soudu potvrdil.

Stížnost pana J. H. byla tedy Ústavním soudem, podle ustanovení § 43 odst. 2 písm. a) zákona č. 182/1993 Sb., o Ústavním soudu, ve znění zákona č. 77/1998 Sb. odmítnuta.

Pan J. H. tak musí firmě Z. uhradit dlužnou částku s příslušenstvím, ač byl k podpisu kupní smlouvy evidentně dotlačen nekalými praktikami prodejce.

V bakalářské práci bylo kladeno za cíl zjistit, zda došlo, v tomto konkrétním případě, v daném čase, na daném místě k porušení dobrých mravů?

5. Závěr, shrnutí.

Dobré mravy jsou významově širokým pojmem, který dnešní právo chápe jako korektiv směřující ke zmírnění nepřiměřené tvrdosti pozitivního práva.

Právní filozof a teoretik občanského práva Vladimír Kubeš se domnívá, že dobré mravy by měl posuzovat znalec (například sociolog), jehož úkolem by bylo zjistit, které mravy jsou společností považovány za dobré. Jiří Spáčil, je toho názoru, že k posouzení, co jest dobrými mravy, je

nejvíce kompetentní právě soudce, který má samozřejmě právo vyžádat si stanovisko znalce, pokud to uzná za vhodné. J. Spáčil dále uvádí: „Právní norma je obecné pravidlo chování, v jehož hypotéze jsou zachyceny typické skutečnosti, které jsou právně významné, a na které jsou tedy vázány následky uvedené v dispozici normy. Jako obecné pravidlo ovšem právní norma nemůže předvídat všechny skutečnosti, které mohou v životě nastat, to konečně vyplývá už z rozporu mezi statickou povahou normy a dynamikou života, resp. životních situací. Může se tedy stát, že nastane situace, kdy právní norma vede k takovému řešení, které se jeví být nespravedlivé, neboť v normě nejsou zohledněny všechny skutečnosti, které by měly být podle právního vědomí v daném případě zohledněny. Jinak řečeno, ve věci jsou dány skutečnosti, které nejsou právními skutečnostmi, ačkoliv by jimi podle právního vědomí měly být“ (¹⁴ s. 667).

Vlastní návrh intervenčních kroků:

Ze spisové dokumentace pana J. H. vyplynul fakt, že obvodní lékař již dříve – z důvodů náhlé agresivity, poruchy časové i místní orientace, a dalších symptomů, vyjádřil podezření na Alzheimerovu chorobu a doporučil vyšetření na specializovaném pracovišti. Rodina tuto skutečnost bagatelizovala.

Vzhledem k tomu, že rodinná podpora nefunguje, doporučuje se spolupráce sociální pracovnice, obvodního lékaře a specialisty. Pokud bude Alzheimerova choroba diagnostikována, lze pak pro pana J. H. najít vhodné umístění v jednom z četných středisek specializovaných právě na tuto chorobu. Co se týče dluhů, vzniklých aktivní účastí na předváděcí akci, je potřeba tento problém řešit – nejlépe splátkovým kalendářem. V žádném případě nesmí být na splácení dluhů zneužito sociální dávky - příspěvku na péči. Ten, pokud bude panu J. H. přiznán, slouží k úhradě péče, která mu je potřebná.

¹⁴ Spáčil, J. *Dobré mravy v českém občanském zákoníku a v judikatuře*. Právní rozhledy č. 18. 2004.

4.3 Případová studie č. III – Šmejdi

1. Úvod do situace, zdůvodnění výběru případu, cíl případové studie.

Zdůvodnění výběru případové studie:

V teoretické části byla zdůrazněna nutnost komunikace. Problém, který nastane, a který je často důsledkem právě nedostatečné komunikace, bagatelizováním problémů, špatným vyhodnocením situace, je potřeba řešit.

Paní A. Z. je vysokoškolsky vzdělaná, kultivovaná dáma s dobrým rodinným zázemím, řadou koníčků, přátelská, komunikativní. A přesto i ona podlehla nekalým praktikám prodejců na předváděcí akci. Paní A. Z. je šmejd.

Dlouho očekávaný dokument novinářky Silvie Dymákové o manipulaci, nátlaku a ponižování za zavřenými dveřmi předváděcích akcí, nese název „Šmejdi.“ Asi těžko by se hledalo výstižnější označení pro obchodníky, kteří se za účelem uzavření obchodu, neštítí opravdu ničeho. Skutečnost však bývá mnohem syrovější:

*„A at' si každý vybere, co za tím názvem vidí, má to několik rovin. Pro někoho jsou šmejdi ti, kdo pomocí agrese, lži a výhrůžek prodávají důchodcům zboží za mnohonásobek ceny. Šmejd může být pro spoustu lidí označení přímo pro výrobky, které se tam prodávají. A bohužel, pokud se na to podíváme úplně opačně, může tu být ještě jedna rovina. **Prodejci mluvili o lidech, kteří si zboží nekoupili a smlouvu podepsat odmítli, jako o šmejdech...**“* vysvětluje Silvie Dymáková, autorka dokumentu o předváděcích akcích „Šmejdi.“

Šmejdi, jsou pro prodejce vedle těch, kdo jejich zboží odmítnou, i ti, kdo smlouvu sice podepíší, ale poté způsobují problémy.

Cíl případové studie:

Případová studie si klade za cíl zjistit, zda může mít posílení informovanosti seniorů preventivní účinky. Jak se k ní staví sami senioři? A jak prodejci, kteří se, v touze po zisku, nebojí ani obcházet zákon?

Na jednom ze seminářů ohledně předváděcích akcí, kterého se autorka bakalářské práce kterého zúčastnila, zazněla zajímavá myšlenka. Tok nekonečných a mezi seniory velice oblíbených televizních seriálů, by byl opakovaně přerušen krátkým reklamním šotem, který by seniory informoval o tom, co je na předváděcích akcích čeká. Jak silný je jejich soupeř, a jak těžké je odolat propracovaným metodám nátlaku. Sami senioři, vezme-li se v potaz, ne však jako polehčující okolnost, jejich věkem daná důvěřivost a naivita, jsou přesvědčeni, že oni by se ubránili. Jim by se podobná situace nemohla stát.

Mohla. Podobně nebo možná úplně stejně jako v případě paní A. Z.

2. Základní údaje o klientovi, osobní a sociální anamnéza

Paní A. Z. (68 let) je vdovou už více než deset let. Žije v rodinném domku v klidné části hlavního města. V manželství s uznávaným biochemikem se oblíbené dětské lékařce narodily dvě děti. Jeden ze synů je správním specialistou a i se svou rodinou žije společně s matkou. Druhý je ředitelem základní školy v jednom středočeském městě. Rodina je velmi soudržná, slaví společně veškeré radostné události, semkne a podpoří se vzájemně v těžkých chvílích. Paní A. Z. má řadu zájmů, žije aktivním životem - cvičí jógu, hraje golf, má řadu přátel, ráda cestuje. Na svůj věk vypadá velice dobře, nemá žádné zdravotní problémy, což připisuje optimistickému způsobu života a zálibě ve sportu.

3. Status praesens – popis situace, problému a jeho analýza

Paní A. Z. odjela na předváděcí akci firmy i-Rest s.r.o. jako doprovod své kamarádky. Původně mělo jít o výlet na jeden z nejhezčích českých zámků. Do míst, kde se paní A. Z. narodila.

Zámek se ten den však nekonal. Osazenstvo staříckého autobusu zůstalo uzamčeno v sále vesnického kulturního domu. Občerstvení v podobě párků vystřídala tombola, ve které paní A. Z. vyhrála slevu na nákup zboží ve výši 15 tis. Kč. Paní A. Z. se dlouho rozmýšlela, než vybrala kuchyňský robot, sekačku a velkou sadu nádobí. Jako dárek zdarma navíc televizi. Sada, díky slevě, vyšla na pouhých 35 tis. Kč (!). Prodejci však mají v sále placené spolupracovníky, kteří váhavé klienty pomohou psychicky zpracovat tak, že nakonec i ti největší odpůrci, podepíší.

„Přivítalo nás asi 6 uhlazených mužů v oblecích (21-31 let), posadili nás za dva další stoly ve velkém sále a museli jsme vypnout telefony, nebavit se mezi sebou, nechodit nikam ven z místnosti (wc, procházky), abychom nerušili. Potom nás vyzvali, abychom si prohlédli věci (robot, nádobí, sekačku, pilu motorovou ruční), které měli na pódiu. Chtěli potlesk, že se nám ty věci líbí. Všichni muži byli rozestavěni okolo sedících účastníků a sledovali nás, jestli se nebavíme. Po losování mě odvedl jeden z pánů do chodby s tím, že jsem navíc vyhrála televizi. Začal vychvalovat zboží. Já chtěla hovor několikrát ukončit a odejít, on mě nenechal. Měl připravený tiskopis o prodeji, nalepil se na mě, vychvaloval zboží, pořád se ohlížel za sebe, byl úplně v euforii. Nakonec jsem to podepsala, ale opravdu pod nátlakem. Byla jsem s ním u stolečku asi půl hodiny, bylo tam šero, neviděla jsem na to, co podepisuji, a nenechal mě, abych si to odnesla ke světlu a přečetla si to. Sebral mi OP a vrátil mi ho až při zpáteční cestě domů.“

(Čerpáno ze spisu paní A. Z.)

Paní A. Z. nakonec pod velkým tlakem podepsala kupní a poté i v souladu s ustanovením § 11 odst. 3 zákona č. 145/2010 Sb., o spotřebitelském úvěru i úvěrovou smlouvu. Už při zpáteční cestě domů paní A. Z. tušila, že se podpisy dostala do velkých problémů. Večer celou situaci konzultovala se svým synem, který její obavy potvrdil.

Paní A. Z. jak od kupní tak od úvěrové smlouvy odstoupila v zákonné 14denní lhůtě. Zatímco úvěrová společnost Home Credit odstoupení od úvěrové smlouvy akceptovala s tím, že trvala (dle v. u. § 11 odst. 3 zákona č. 145/2010 Sb. o spotřebitelském úvěru) na povinnosti vrátit poskytnutý úvěr ve výši 30 tis. Kč (paní A. Z. uhradila zálohu 5 tis. Kč v hotovosti) nejpozději do 30 kalendářních dnů, zároveň upozornila na fakt, že dle sdělení prodejce podmínky pro odstoupení od kupní smlouvy nebyly splněny.

4. Popis řešení situace. Vlastní návrh intervenčních kroků

Paní A. Z. prostřednictvím svého advokáta vznesla žalobu k Obvodnímu soudu v Praze o určení neplatnosti kupní a úvěrové smlouvy. V žalobě zdůraznila, že smlouvy podepisovala v průběhu předváděcí akce a navíc za podmínek jednoznačně nevýhodných a pod velkým psychologickým tlakem. Nebylo jí – ze strany prodejce – umožněno smlouvu pročíst ani prostudovat. Navíc: „Ze strany žalovaného (prodejce) došlo k fingovaným praktikám s cílem zabránit žalobkyni odstoupit od smlouvy spočívající od psychologického nátlaku s pomocí „výhodné výhry po „galantní“ nabídce odvozu nakoupeného zboží s podepsáním potvrzení, že zajistili odvoz. Ve skutečnosti se však podepisuje potvrzení o pozvání prodejce.“

(Čerpáno ze spisu paní A. Z., Žaloba o určení neplatnosti kupní a úvěrové smlouvy, ze dne 30. 11. 2012).

Zvýšenou medializací problematiky předváděcích akcí, (ať už prostřednictvím tisku, rozhlasu či televize), se podařilo kladně vyřešit spory několika seniorů. O zneužívání seniorů na předváděcích se začalo více psát i hovořit.

Prodejci se rázem ocitli pod stejným tlakem, jaký podstupovali senioři na předváděcích akcích.

Firma i-Rest s.r.o. po přijetí návrhu na žalobu se zřejmě zalekla nežádoucí publicity a sama navrhla následující řešení sporu s paní A. Z.:

„Klientce (paní A. Z.) vrátíme zaplacenou zálohu ve výši 5 tis. Kč, zrušíme úvěrovou smlouvu se společností Home Credit a vyrovnáme s nimi cenu úvěru, uhradíme dosud vynaložené náklady řízení a žádáme Vás o zrušení soudního řízení.“

(Čerpáno ze spisu paní A. Z.)

5. Závěr, shrnutí.

Senioři se účastí na předváděcí akci a následným podpisem kupní smlouvy dostávají do vážných problémů. Tuto skutečnost si, díky vyšší informovanosti o této problematice, uvědomují. Stejně jako fakt, že nastalé problémy je třeba řešit. Paní A. Z. má velkou podporu rodiny, která ji neobviňovala, nevyčítala, ale naopak poskytla oporu a pomocnou ruku.

4.4. Analýza případových studií včetně porovnání rozsudků jednotlivých soudů

V praktické části práce byla provedena analýza tří případových studií, kdy došlo ke zneužívání seniorů na předváděcích akcích. Třikrát ze strany poškozených seniorů zaznělo NE! Konečný verdikt měl soud.

V první případové studii Ústavní soud dospěl k závěru, že „výchozí bodem spotřebitelské ochrany je názor, podle něhož se spotřebitel ocitá ve fakticky nerovném postavení s profesionálním dodavatelem, a to s ohledem na okolnosti, za nichž dochází ke kontraktaci, s ohledem na větší profesionální zkušenost prodávajícího, lepší znalost práva a lepší dostupnost právních služeb, a konečně možnost stanovovat smluvní podmínky jednostranně cestou formulářových smluv. Cílem v této cause bylo zjistit, zda je skutečně základním prostředkem ochrany spotřebitele právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

V případě paní I. Š. byly zjevně naplněny předpoklady, které odůvodňují aplikaci § 57 občanského zákoníku – tedy právo spotřebitele od uzavřené smlouvy odstoupit.

Druhá případová studie se zabývala dobrými mravy. K posouzení, co jest dobrými mravy, je zřejmě nejvíce kompetentní soudce, jak se i ukázalo na cause pana J. H. Obecné soudy, které se případem pana J. H. zabývaly, dospěly k závěru, že v projednávané věci nedošlo k porušení ústavně zaručených práv stěžovatele. Námitka o neplatnosti učiněného právního úkonu z důvodu omylu nebyla akceptována. Tato případová studie rovněž názorně poukázala na nedostatek kvalitní legislativy v České republice, která se sice v průběhu let měnila, ale ne tak pružně, aby dostatečně chránila spotřebitele.

Třetí případová studie poukázala na nutnost komunikace. Problém je potřeba si uvědomit a následně řešit. Cílem bylo zjistit, zda může mít posílení informovanosti seniorů preventivní účinky. Na semináři, jehož hlavním úkolem bylo varovat seniory před nekalými prodejci, jedna seniorka, na jejíž důchod je nyní, díky jedinému podpisu na předváděcí akci, uvalena exekuce, uvedla: „Proč bych nejela příště s jinou firmou, ta by mi to už přece neudělala...“ Otázka, která se přímo nabízí – máme li k dispozici podporu rodiny, sociálního pracovníka i zákon – kdo a jak seniory ochrání před nimi samotnými?

5. Návrh strategie přístupu sociálních pracovníků při práci se seniory

Metody práce se seniory, kteří se ideálně sami podílí na plánování služby (pomoci) tak, aby rozsah podpory odpovídal jejich potřebám a splnil jejich očekávání, jsou voleny s ohledem:

- na jeho fyzické a psychické možnosti
- na způsob jeho dosavadního života

5.1 Sociální a odborné poradenství

Sociální poradenství je službou poskytovanou v souladu se zákonem č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, ve znění pozdějších předpisů a je poskytováno v rámci služeb **Informačních a poradenských center** a **Sociálních poraden**. Nabízí právní poradenství v oblasti dluhové problematiky, majetkoprávních vztahů, sociálních dávek, ochrany spotřebitele a správních řízení.

Občanské sdružení ŽIVOT 90, jehož cílem je celistvé řešení lidských problémů člověka ve stáří, je zřizovatelem jediné bezplatné linky krizové pomoci a poradenství v ČR pro uživatele seniory s nonstop provozem. Na „**Senior telefonu**“ pracují sociální pracovníci, jak ukládá zákon

č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Sociální pracovníci jsou vyškolení v komunikačních dovednostech v telefonické krizové pomoci.

**Senior telefon
ŽIVOT 90**




**Dobrý den,
s čím Vám
mohu pomoci?**

Cítíte se opuštěni, potřebujete si popovídat, ztratili jste chuť do života, zemřel vám partner, je vám smutno, potřebujete se poradit v sociální oblasti, ubližují vám lidé, úřady, prožíváte jinou těžkou životní situaci?

**NEZŮSTÁVEJTE
SE SVÝM TRÁPENÍM SAMI!**

**ZAVOLEJTE NÁM!
SENIOR TELEFON – KRIZOVÁ A PORADENSKÁ
LINKA POMOCI SENIORŮM**

**VOLEJTE 24 HODIN DENNĚ
ZDARMA 800 157 157
Z CELÉ ČESKÉ REPUBLIKY**

**REGISTROVANÁ SOCIÁLNÍ SLUŽBA
TELEFONICKÉ KRIZOVÉ POMOCI
MINISTERSTVEM PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ
PODLE § 55 ZÁKONA 108/2006 SB.**

www.seniortelefon.cz

(Příloha č. 3 – „Senior telefon, propagační materiál)

Pomoc v krizi spočívá zejména v poskytnutí podpory uživatelům a jejich zplnomocnění k vlastnímu řešení problému.

Ovšem cesta propagačního materiálu k seniorům, které vyzývá, aby nezůstávali se svým trápením sami, je, zdá se, mnohem složitější než ta, po které sviští reklamní letáčky nekalých prodejců, a které se najdou pravidelně v téměř každé poštovní schránce.

AKCE PRO SENIORY
100% SLEVA Z CENY ZÁJEZDU

jedete ZDARMA

Zájezd do Kutného Hory, ale tentokrát s prohlídkou **Klášteřa sv. Voršily**

CENA VÝLETU 200 Kč

PROHLÍDKA KLÁŠTERNÍHO KOMPLEXU S VYPRÁVENÍM O HISTORII A ŘÁDU SV. VORŠILY A TAKÉ PROHLÍDKA VINNÝCH SKLEPŮ KUTNÁ HORA, V AREÁLU KLÁŠTEŘA, KDE SI POSLECHNETE TĚŽ VŠE O VÝROBĚ VÍNA

Bezpečná cesta autobusem
Dopolední program s odborníky na nové trendy

ZDARMA
DEGUSTACE TŘÍ DRUHŮ VÍNA A BURČÁKU

ZDARMA
VÝBORNÝ TEPLÝ OBĚD

DÁREK OD NÁS DOSTANE KAŽDÝ ÚČASTNÍK ZÁJEZDU

PRO VŠECHNY
deka z moderního příjemného materiálu

...A PRO PÁRY
...A PRO PÁRY NĀVÍC
napařovací žehlička

SČS
SDRUŽENÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ
CZECH CONSUMER ASSOCIATION
www.konsumnet.cz

Vážení spoluobčané! Přijměte, prosím od Sdružení českých spotřebitelů jednu velmi vážně míněnou radu:

VARUJTE SE PŘEDVÁDĚCÍCH AKCÍ

Líst, který se Vám dostává do rukou, byl vytvořen pro zvýšení Vaší informovanosti a ochrany před klamavými a nekalými praktikami některých občanů na dnes velmi populárních předváděcích akcích a zájezdech. Pro Vás o jeho důkladné přečtení. Naše sdružení již v loňském roce vydalo který jsme distribuovali zejména prostřednictvím Svazu důchodců ČR. něž státní orgány přes média dříve narozně varují, aby se uvedeným a důsledně vyhýbali. Přesto naše poradny jsou zahlceny dalšími a dalšími pady podvedených seniorů.

Pokud jste (z důvodu nám ne zcela pochopitelného) nabídkové akce úča vězte, že máte svá práva. Vždy prosím trvejte na dodržování všech s práv, která jsou v tomto listu uvedena. V případě, že dojde v průběhu k jejich porušení, akci prosím neprodleně opusťte nebo se v žádném příp. nezavazujte ke koupi nabízených produktů. Následně pak kontaktujte S žení českých spotřebitelů či Českou obchodní inspekci.

Ing. Libor Dupal, předseda

SLEVA VÝHRA
AKCE ZDARMA

(Příloha č. 4: vlevo pozvánka na předváděcí akci, vpravo „Varování Sdružení českých spotřebitelů“)

Na obrázku vpravo je černobílé varování Sdružení českých spotřebitelů. Seniorům je tato důležitá informace poskytována prostřednictvím internetu, letáček je součástí různých seminářů a besed, které se pro seniory pořádají, zejména v rámci domovů pro seniory, klubů důchodců, sociálních poraden. Ne všichni ovšem tyto akce navštěvují, řada starých lidí žije osaměle. Jediný, kdo v této situaci profituje, je opět prodejce s nekalými úmysly. Prostřednictvím pozvání na předváděcí akci (obrázek vlevo) nabízí osamělým lidem útěk ze samoty a kontakt s okolním světem. Potvrzuje se tím staré známé pravidlo, že do problémů se člověk dostane snadno, k jejich řešení pak vede poměrně složitá cesta. Pozvánka na předváděcí akci je barevná, tištěna na kvalitním papíře, doplněna

atraktivními obrázky a upozorněními na dárky / občerstvení zdarma. V porovnání s atraktivní pozvánkou působí černobílé varování SČS, lemované vykřičníky a spoustou textu psaného drobným písmem, přehlédnutelně.

Zdeněk Dufek ve své vynikající publikaci „Senioři, nedejte se!, v příznačně nazvané kapitole „Opakování je matka moudrosti“, uvádí: „Zastávám názor, že senioři nemusí být detailní znalci právních předpisů. K zamezení většiny popsaných problémů by stačilo, kdyby byli ostražití a jednali s rozmyslem.

- Nikdy neotvírejte dveře domu či bytu, aniž se přesvědčíte, kdo za nimi stojí.
- Nemějte doma celoživotní úspory, nenoste s sebou větší částku v hotovosti.
- Když už někoho cizího pustíte do bytu, nenechávejte ho bez dozoru a neukazujte mu, kde máte peníze.
- Než podepíšete jakoukoliv smlouvu, vždy si ji důkladně přečtěte včetně drobného textu na druhé straně. Pokud smlouva odkazuje na přílohy, všeobecné obchodní podmínky či ceníky, chtějte je znát také.
- Před jakýmkoliv dražším nákupem si rozmyslete, zda věc skutečně potřebujete, jaké jsou vaše běžné příjmy, jaké jsou vaše měsíční výdaje a kolik vám zbývá. Pokud si tuto rozvahu uděláte, tak v naprosté většině případů dojdete k závěru, že věc buď nepotřebujete, nebo na ni nemáte.

Nepodléhejte okamžitým dojmům a pocitům. Nenechte se zlákat akčními nabídkami s omezenou platností. Nic okamžitě nepodepisujte. Nechte si pár dní na rozmyšlenou. Poradte se o tom s dětmi či známými.“¹⁵ (40-41)

¹⁵ Dufek, Z. *Senioři, nedejte se!* Brno: Joštova akademie – centrum celoživotního vzdělávání. 2011. str. 40-41. ISBN 978-80-904880-1-4.

Autorku bakalářské práce zajímá osud těchto publikací a dalších informačních tiskovin, určených seniorům. Zda se skutečně dostanou přímo k nim a splní tak svůj účel, či se krčí někde v kanceláři pod hromadou prachu. Autor publikace „Senioři, nedejte se!“ pan Dufek ochotně odpověděl na čtyři krátké otázky - týkající se nákladu, distribuce publikace, medializace a zpětné vazby:

1. V jakém nákladu byla publikace vydána, byl dostačující?

První vydání mělo 15 tis. ks, druhé aktualizované a rozšířené také 15 tis. První bylo rozebráno do konce loňského roku, druhé je nyní v distribuci, bylo vydáno na konci prosince.

2. Jakou cestou se publikace k seniorům dostávala (objednávali ji sociální pracovníci, domovy důchodců, sami senioři?).

Většinou si publikaci kupovala města či jejich organizace (městské policie, pečovatelské služby, domovy důchodců). Publikace byla v prodeji i v jednom knihkupectví v Brně, kde se k mému podivu prodalo cca 500 ks.

3. Jak se o publikaci dozvěděli? Z tisku, besed?

Publikace byla prezentována v tisku, byl jsem na besedě v rádiu a nakladatelství obeslalo se vzorkem publikace radnice.

4. Jste spokojený s její prezentací? Máte zpětnou vazbu od samotných seniorů?

Jsem spokojen, publikace je většinou přijímána jako pozitivní. K druhému vydání jsem byl pobídnut Národní radou seniorů a Sdružením obrany spotřebitele. To je zřejmý důkaz, že se jedná o užitečný počín.

5.2 Nabídka individuálních a skupinových aktivit, metody práce se seniory

Solidarita a vzájemná pomoc rodiny je tou nejlepší prevencí zneužívání seniorů. Jenže co dělat v případě, kdy pomoc rodiny, z nějakého důvodu, chybí? Mohou to být sociální pracovníci, kteří budou seniorům nápomocni k aktivnímu a přesto bezpečnému způsobu života. Návštěvou klubů pro seniory, prostřednictvím odborných seminářů, přednášek vzdělávacích institucí se aktivizují, rozšiřují své obzory, získávají vyšší sebevědomí. Dostávají se do kontaktu s osobami stejně starými, navazují přátelství – nejsou již tak osamělí.

5.2.1 Reminiscenční terapie

„Porozumět znamená chápat, co nám někdo sděluje. Abychom pochopili, musíme se naučit naslouchat, vnímat a vidět to, co druhý nevidí.“
(¹³ Karolína Friedlová, 25)

Reminiscence je speciální metodou práce se seniory. Jde o techniku záměrného řízeného vyvolávání a vedení vzpomínek klienta a podporování jejich rozvoje. Základem této techniky, která má zvyšovat, respektive udržovat kvalitu života seniorů, je rozhovor s klientem, který je založen na aktivním a empatickém naslouchání klientovi. Podobně jako u validace zde dochází k ponoření do vzpomínek seniora a následné vybavení si svých životních událostí. S pomocí reminiscenční terapie se klient snaží vyrovnat se se závažnými životními událostmi, s odstupem času je hodnotí, případně je srovnává s ostatními klienty. Zlepšuje se tím adaptace na nové prostředí, na navázání kontaktu s okolím, aktivita mozku a projevy emocí při rozhovoru.

Reminiscence je sice metodou práce pro seniory, nemá však přínos jen pro ně. Vzpomínková terapie může být „spojovacím článkem“ mezi pečujícími, zvláště pokud se jedná o značně mladší osoby a klienty. Může snížit distanci mezi nimi. „...může proměnit vztah mezi pečujícím

a klientem, resp. uživatelem služby. Může se stát mnohem smysluplnějším. Důležitost tohoto poznatku není možné podceňovat, obzvláště vezmeme-li v úvahu, že péče o seniory není v naší společnosti dostatečně prestižní, a tudíž je i finančně nedocenená. Jestliže pak pečující nejsou za svoji náročnou práci dostatečně zaplacení, nevidí ve své práci smysl a jejich povolání jim nepřináší žádné uspokojení a naplnění, nemůže být péče o seniory dostatečně kvalitní. Právě reminiscenční terapie může do určité míry pomoci nabourat toto stereotypní vnímání. Je-li v konkrétní instituci reminiscenční terapie považována za důležitou, naslouchání seniorům se stává naprosto normální, nedílnou součástí péče a ta se díky tomu stává mnohem humánnější. Reminiscenční terapie totiž mění obvyklé rozdělení rolí mezi pečujícími a seniory jako uživateli služby, převrací vztah dávající – obdarovávaný.“^(16 79-80)

5.2.2 Asertivita

„Jednat sebejistě znamená důvěřovat, že hodnoty, pro které jsem se rozhodl, jsou správné a nosné, a proto hovořit beze strachu a obav z toho, co tomu druzí lidé řeknou“ (¹⁴ P. W. Swets).

Další možností jak zlepšit kvalitu života seniorů a ubránit se proti manipulaci, je asertivita.

„P.W. Swets definuje lidi, kteří se snaží s druhými manipulovat, jako ty, kteří se „naučili tomu, že je možno donutit druhé lidi zastrašováním, zesměšňováním a křičením (doslova řvaním na ně) k tomu, aby se vzdali vlastní vůli a podrobili se jejich vůli.“^(17 60). Několikrát zde, ve spojitosti s manipulací na předváděcích akcích, zaznělo „NE“, které je nepostradatelnou součástí asertivity. Je nesmírně důležité, aby se i člověk

¹⁶ ŠPATENKOVÁ, N., BOLOMSKÁ, B. *Reminiscenční terapie*. Praha: Galén. 2011. str. 79-80. ISBN 978-80-7262-711-0.

¹⁷ KŘIVOHLAVÝ, J. *Tajemství úspěšného jednání*. Praha: Grada Publishing. 1995. str. 60. ISBN 978-80-247-2864-3.

v seniorském věku rozhodoval sám za sebe, a také nesl zodpovědnost za svá rozhodnutí. Sám si rozhoduje, na co může bez problémů přistoupit, a co už se nachází za hranicí přijatelnosti.

Asertivní člověk ví, že má právo změnit svůj názor, aniž by se nechal vydírat. Asertivní člověk má právo říct, že neví nebo nerozumí.

5.2.3 Validace

„Metoda validace podporuje velmi starého člověka, aby dosáhnul svých cílů, ne těch našich. Naomi Feil“ (¹⁸metoda validace)

Validace je metodou komunikace, která má pomoci velmi starým, dezorientovaným lidem. Je to praktický způsob práce, který pomáhá redukovat stres, posílit důstojnost a zvýšit spokojenost. Validace je postavená na empatickém přístupu a holistickém pohledu na jedince. Pokud je někdo schopen být “v kůži” jiného člověka a dívat se na svět jeho očima, může vstoupit do světa velmi starých, dezorientovaných lidí a rozumět smyslu jejich někdy velmi bizarního chování. Metoda validace může být samozřejmě aplikována na celou populaci, nikoliv pouze na dezorientované osoby. Chování seniorů je specifické pro jejich věk a odráží základní lidské potřeby. Validace kvalifikuje jejich chování do čtyř po sobě jdoucích fází, přičemž každá fáze má své specifické fyzické a psychosociální příznaky:

- **Špatná orientace** - vyjadřování konfliktů z minulosti ve skrývané formě
- **Dezorientace v čase** - krátkodobé setrvávání v okolní realitě, stahování se „dovnitř sama sebe“
- **Opakující se pohyby** - pohyby nahrazují slova a jsou jimi řešeny neukončené konflikty

¹⁸ Informační a zpravodajský magazín. Sociální služby org. Metoda validace. [cit. 2012-09-13], dostupné z: <http://socialnisluzby.org/metodyprace/files/82c711e35962899246d51100364594b5-15.ht>

- **Vegetování/přežívání** - úplná ztráta řeči a opuštění snahy vyřešit konflikty

Pracovníci používající metodu validace jsou laskaví, neodsuzující a otevření vyjadřovaným pocitům. Pokud dezorientovaní senioři a seniorky mohou vyjádřit věci, které byly často potlačovány mnoho let, intenzita prožívání pocitů s těmito věcmi spojených se zmenšuje, lidé více komunikují a je u nich menší pravděpodobnost dalšího stupňování dezorientace. Validace je postavená na jednoduchém, empatickém přístupu, který respektuje seniory, cení si jich a nehodnotí je. Principy validace byly vytvořeny sociální pracovnící Naomi Feilovou, aplikovány u nedostatečně orientovaných nebo dezorientovaných starých osob. Pomáhají vést jednání klienta a určují postoje, přístupy v rámci metody validace:

- Všichni senioři a seniorky jsou jedineční a cenní

Příklad: personál domova pro seniory oslovuje klienty „babi“ nebo „dědo“.

Metoda validace: personál domova seniory respektuje a přistupuje ke každé osobě jako k individualitě (Humanistická psychologie – Maslow, Rogers) a oslovuje je s „paní“ nebo „pane“.

Právě respektování jedince ze strany prodejce na předváděcích akcích neexistuje.

- Senioři, někdy už nedostatečně orientovaní či dezorientovaní lidé, by měli být vnímání takoví, jací jsou - neměli bychom se pokoušet je měnit

Příklad: Klient se svěří, že už chce umřít a má pocit, že na tomto světě překáží. Sociální pracovník by rozhodně neměl spustit lavinu výčitek, chtít změnit jeho chování, ale použít metodu validace a zeptat se seniora, proč se tak cítí. Opět metoda vychází z humanistické psychologie, kdy Sigmund Freud řekl, že klient musí být připraven ke změně chování, případně mít dostatečnou kognitivní kapacitu pro náhled na své chování. Chování klienta tedy akceptujeme, a zkusíme mu individuálně pomoci naplnit potřeby, které jsou tímto chováním vyjadřovány.

S chováním seniorů na předváděcích akcích je manipulováno, jsou jim vsugerovány myšlenky, pocit, že jsou hloupí, pokud nevyužijí jedinečné, neopakovatelné šance.

ZÁVĚR

Bakalářská práce pojednává o zneužívání seniorů na předváděcích akcích. Prodejní akce a smlouvy na nich uzavírané patří stále k nejproblematičtějším formám prodeje v České republice. Tato skutečnost nepřipouští žádné polehčující okolnosti – agresivita prodejců na předváděcích akcích má vzestupnou tendenci. Objevují se stále nové a propracovanější manipulativní techniky. Naproti tomu senior s igelitovou taškou, obtěžkán svou bezmeznou důvěřivostí, je odbaven mávnutím ruky. To, že kráčí osmou etapou své životní cesty zbaven důstojnosti, činí téma zneužívání seniorů na předváděcích akcích vysoce relevantním.

V práci byly definovány pojmy související s problematikou předváděcích akcí, byla potvrzena nutnost komunikace se seniory, jakož i poukázáno na přístup k ochraně spotřebitele ze strany státních institucí zahrnující právní koncepci ochrany spotřebitele. Je to právě vyšší informovanost o potřebách seniorů a silnější medializace problematiky, které velkou měrou přispívají k většímu právnímu povědomí účastníků předváděcích akcí. Ti se tak domáhají svých práv a obrací se na soud v rámci občanskoprávního sporu. Dosazení do rovnice, se kterým prodejci nepočítali. Z analýzy případových studií vyplývá, že dobře informovaný spotřebitel se snáze ubrání nátlaku a manipulacím, s kterými se může na trhu setkat. Základním předpokladem pro důrazné „NE“ poškozujícímu jednání ze strany prodejců na předváděcích akcích je, kromě dobré informovanosti, posilování samostatnosti spotřebitele - seniora. Tu lze posilovat, jak bylo v práci zjištěno, prostřednictvím sociálního poradenství,

např. „Senior telefonu“, medializací, např. publicistickým dokumentem „Šmejdi“ anebo metodami sociální práce, např. validací nebo reminiscencí.

Senioři, kteří znají svá práva a rozeznají špatné zacházení ze strany prodejců, jsou dostatečně kvalitně informováni, a u nichž je prostřednictvím metod sociální práce, sociálního poradenství posilována jejich samostatnost a zodpovědnost, se snáze se ubrání poškozujícímu jednání. Hlavní cíl bakalářské práce - najít vhodné formy obrany seniorů před poškozujícím jednáním ze strany prodejců na předváděcích akcích - byl tedy naplněn.

Seniory v České republice zdobí trpělivost a skromnost. Je jim vyčítána rezignace a poníženost. Vrátit seniorům důvěru a zachovat jejich důstojnost je štafetovým během na dlouhou trať a dílčím, každodenním cílem sociální práce se seniory.



Evropský rok **aktivního stárnutí**
a mezigenerační solidarity 2012



Program semináře

Ochrana seniorů při předváděcích akcích a podomním prodeji

pondělí 1. října 2012 v 9:00 hodin
Evropský dům, Jungmannova 24, Praha 1

Slavnostní zahájení

Jan MICHAL
vedoucí
Zastoupení Evropské komise v ČR

Jan DOBEŠ
náměstek
ministra práce a sociálních věcí

Prezentace dokumentu „Šmejdi“

Silvie DYMÁKOVÁ
novinářka
a dokumentaristka

Romana MAZALOVÁ
psycholožka
a spoluautorka dokumentu

Zástupce České obchodní inspekce

Šárka BALKOVÁ
zástupkyně ředitele inspektorátu ČOI pro Středočeský kraj a Hl. m. Prahu

Seminář na téma ochrana seniorů při předváděcích akcích a podomním prodeji

Lukáš ZELENÝ
vedoucí právní poradny, dTest

Jana FIALOVÁ
právní poradkyně, dTest

Diskuze

Dopolední občerstvení je pro účastníky zajištěno.

Z důvodu omezené kapacity je nutná rezervace
na telefonním čísle 241 404 922 nebo na e-mailové adrese dtest@dtest.cz.



Evropská
komise



(Příloha č. 5: Program semináře „Ochrana seniorů na předváděcích akcích a podomním prodeji“)

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ

1. BECK, G. *Zakázaná rétorika – 30 manipulativních technik*. Praha: Grada Publishing. 2007. ISBN 8024717433.
2. DUFEK, Z. *Senioři, nedejte se!* Brno: Joštova akademie – centrum celoživotního vzdělávání. 2011. str. 40-41. ISBN 978-80-904880-14.
3. HAJDOVÁ, J. *Kazuistický seminář*. Ostrava - Mariánské Hory: OA a VOŠS. 2012. str. 11. ISBN 978-80-87540-76-3.
4. HAŠKOVCOVÁ, H. *Fenomén stáří*. Praha: Panorama. 1989. str. 12. ISBN 80-7038-158-2.
5. HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. Praha: Wolters Kluwer (ASPI). 2005. str. 203. ISBN 80-7357-064-5.
6. REDAKČNÍ KOLEKTIV. *Jak nespadnout do pastí*. Praha: Občanské sdružení spotřebitelů TEST. 2012.
7. KŘIVOHLAVÝ, J. *Tajemství úspěšného jednání*. Praha: Grada Publishing. 1995. str. 60. ISBN 978-80-247-2864-3.
8. MATOUŠEK, O. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál. 2003. str. 75 – 76. ISBN 80-7367-502-1.
9. POKORNÁ, A. *Komunikace se seniory*. Praha: Grada Publishing. 2010. str. 9. ISBN 978-80-247-3271-8.
10. SPAČIL, J. *Dobré mravy v českém občanském zákoníku a v judikatuře*. Právní rozhledy č. 18. 2004.
11. STARZYCZNÁ, H. *Ekonomika obchodu*. Opava: Slezská univerzita. 2005. str. 200. ISBN 80-7248-22-6.
12. ŠPATENKOVÁ, N. *Krizová intervence pro praxi*. Praha: Grada Publishing. 2004. ISBN 80-247-0586-9.
13. ŠPATENKOVÁ, N., BOLOMSKÁ, B. *Reminiscenční terapie*. Praha: Galén. 2011. str. 79-80. ISBN 978-80-7262-711-0.
14. VÁGNEROVÁ, M. *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum. 2010. str. 150-151. ISBN 9788024618326.

Zdroje dostupné z internetu

15. Informační a zpravodajský magazín. Sociální služby org. Metoda validace. [cit. 2012-09-13], dostupné z: <http://socialnisluzby.org/metodyprace/files/82c711e35962899246d51100364594b5-15.ht>
16. NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení Ústavního soudu č. j. ÚS 1930/11 ze dne 10. 1. 2012. str. 16, str. 17, str. 29, str. 30. Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.
17. NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení Ústavního soudu č. j. IV. ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999. str. 33. Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.
18. NALUS – databáze rozhodnutí Ústavního soudu. Usnesení ÚS 529/98 ze dne 28. 1. 1999. odkaz na sp.zn. 2 Cdon 1806/96). str. 34. Dostupné z: <http://nalus.usoud.cz>.

Právní normy

19. ČESKO. Ústavní zákon č. 1 ze dne 16. 12. 2002 Ústava České republiky ve znění Ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb., 515/2002 Sb., 319/2009 Sb. a 71/2012 Sb. In Sbírka zákonů České republiky. 1993, částka 1, str. 001.
20. ČESKO. Zákon č. 40 ze dne 26. 2. 1964 občanský zákoník a o změně a doplnění dalších zákonů. In: Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky. 1964, částka 19, str. 0201.
21. ČESKO. Zákon č. 634 ze dne 16. 12. 1992 o ochraně spotřebitele ve znění pozdějších změn. In: Sbírka zákonů České a Slovenské federativní republiky. 1992, částka 130, str. 3811.
22. ČESKO. Zákon č. 99 ze dne 4. 12. 1963 občanský soudní řád a o změně a doplnění dalších zákonů. In: Sbírka zákonů Československé socialistické republiky. 1963, částka 56, str. 0383.
23. ČESKO. Zákon č. 89 ze dne 3. 2. 2012 občanský zákoník. In: Sbírka zákonů České republiky. 2012, částka 33, str. 1026.

SEZNAM PŘÍLOH

Následující přílohy jsou umístěny v textu:

Příloha č. 1

Hierarchie lidských potřeb dle Maslowa str. 8

Příloha č. 2

Pozvánka na předváděcí akci str. 11

Příloha č. 3

„Senior telefon“ – propagační materiál str. 44

Příloha č. 4

Pozvánka na předváděcí akci str. 45

a „Varování Sdružení českých spotřebitelů“

Zvlášť je uvedena:

Příloha č. 5

Program semináře „Ochrana seniorů str. 54

na předváděcích akcích a podomním prodeji“

Anotace

Jméno a příjmení autora: **Hana Novotná**

Název katedry a fakulty: **Katedra sociologie a andragogiky, FF UP**

Název diplomové práce: **Strach ze ztráty – zneužívání seniorů na předváděcích akcích**

Vedoucí práce: **Ing. Mgr. Šárka Čepelková**

Počet znaků: **87696**

Počet příloh: **5**

Počet použitých zdrojů: **23**

Anotace:

Tato práce si klade za cíl najít vhodné formy obrany seniorů před poškozujícím jednáním ze strany prodejců na předváděcích akcích. Dílčím cílem pak stanovení strategie přístupu sociálních pracovníků při práci se starými lidmi. V praktické části budou analyzovány konkrétní soudní spory vedené mezi prodejci a poškozenými seniory včetně porovnání rozsudků jednotlivých soudů.

Klíčová slova:

Senioři, předváděcí akce, agresivní praktiky, potřeba bezpečí, komunikace, občanský zákoník, sociální pracovník.

Abstract:

The aim of this thesis is to find suitable form of seniors' prevention from salespeople's dealing at promotion actions. The partial aim is to state a strategy of social workers access while working with old people. In the practical part particular trial cases, lead between the salespeople and seniors' victims will be analyzed. Comparison of sentences by different courts will be done, too.

Key words:

seniors, promotion action, aggressive practices, the need of safety, communication, the Civil Code, social worker.

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
Filozofická fakulta
Akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Hana NOVOTNÁ**
Osobní číslo: **I10153**
Studijní program: **B6703 Sociologie**
Studijní obor: **Sociální práce**
Název tématu: **Strach ze ztráty - zneužívání seniorů na předváděcích akcích**
Zadávatel katedra: **Katedra sociologie a andragogiky**

Zásady pro vypracování:

Cílem diplomové bakalářské práce bude najít vhodné formy obrany seniorů před poškozujícím jednáním ze strany prodejců na předváděcích akcích. Dílčím cílem pak stanovení strategie přístupu sociálních pracovníků při práci se starými lidmi. V praktické části budou analyzovány konkrétní soudní spory vedené mezi prodejci a poškozenými seniory včetně porovnání rozsudků jednotlivých soudů.

Rozsah práce: 40 normostran, tj. 72 tisíc znaků

Rozsah grafických prací: +
Rozsah pracovní zprávy:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná
Seznam odborné literatury:

DUFEK, Z., 2011. Senioři, nedejte se! 1. vyd. Brno: Joštova akademie - centrum celoživotního vzdělávání, s. r. o.

KOPŘIVA, K., 1999. Lidský vztah jako součást profese. 3. vyd. Praha: Portál. ISBN 80-7178-318-8.

MATOUŠEK, O.; KOLÁČKOVÁ, J.; KODYMOVÁ, P., 2010. Sociální práce v praxi. 2. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-818-0.

MATOUŠEK, O.a kol., 2007. Základy sociální práce. 1. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-331-4.

POKORNÁ, A., 2010. Komunikace se seniory. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-3271-8.

Redakční kolektiv, 2012. Jak nepadnout do pastí. 1. vyd. Praha: dTest, vydavatel Občanské sdružení spotřebitelů TEST

Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník

Zákon č. 99/1963 Sb., občanský soudní řád

Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele

Podpis studenta:

Podpis vedoucího práce:

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Mgr. Šárka Čepelková

Datum zadání bakalářské práce: 16. dubna 2012

Termín odevzdání bakalářské práce: 31. března 2013

L.S.

Doc. PhDr. Jiří Lach, Ph.D., M.A.

děkan

Doc. PhDr. Dušan Lužný, Dr.

vedoucí katedry

dne