

# Kolejny etap promocji płatności bezgotówkowych

4 marca 2013

O propagandzie mającej na celu wyniesienie na piedestał transakcji bezgotówkowych i co za tym idzie, oczywistym ograniczeniu płatności pieniądzem analogowym, głośno jest od dłuższego czasu. W Polsce rozpoczął się właśnie kolejny etap tej operacji – a raczej proceduru – pod przykrywką troski o osoby starsze nie posiadające kont bankowych.

Dyrektorzy banków oraz najróżniejsi „eksperci” w dziedzinie gospodarki i finansów alarmują o niskim poziomie „ubankowienia” Polski, oceniając je na 77 procent, jednocześnie wskazując, że np. w krajach skandynawskich ludzi bez konta w banku praktycznie nie ma. Jako powód tego stanu rzeczy wskazują niski poziom uświadomienia naszych rodaków, głównie ludzi starszych, którzy nie znając zasad i pojęć związanych z bankowością oraz finansami, po prostu nie ryzykują i trzymają pieniądze w przysłowiowej skarpecie. Nie trzeba chyba tłumaczyć, że przechowywane w ten sposób oszczędności nie są kontrolowane i przez to stają się solą w oku rządzących, którzy nie mogą swojej trzódki ostrzyć jeszcze dokładniej.

Promotorzy „ubankowienia” wychodzą ze światłą ideą szeroko zakrojonej operacji uświadamiania seniorów poprzez różnego rodzaju szkolenia z wiedzy o bankach, na których przedstawia się posiadanie kont bankowych i przelewy bezgotówkowe w samych superlatywach. Koncepcja zaznajamiania osób starszych z zawiłościami systemów bankowych pojawia się również na tzw. uniwersytetach trzeciego wieku, które współpracują z NBP.

Jednym z frontów na których działa idea „ubankowienia” jest telewizja. W lutym tego roku rozpoczęła się emisja serialu „Spokojnie, to tylko ekonomia”, który powstał w ramach

współpracy TVP1 z Narodowym Bankiem Polskim. Według twórców, obraz ten to przedstawienie korzyści płynących z posiadania wiedzy ekonomicznej, a wszystko ma być pokazane na przykładzie „typowych Polaków”. Nie sposób nie doszukać się podobieństw do kampanii promującej szczepienia ochronne, czy – emitowanych w amerykańskiej i brytyjskiej telewizji – reklam zachwalających technologię RFID.

Oprócz tego od roku 2012 roku NBP prowadzi program Akademia Dostępne Finanse wymierzony w autorytety lokalnych społeczności np. samorządowców i mający na celu – jak wskazuje nazwa projektu – upowszechnić konta bankowe. Twórcy Akademii zarzekają się jednak, że ich program ma nie tylko na celu promowania transakcji bezgotówkowych ale przede wszystkim ochronę przed oszustami.

Tak więc jak widać na powyższych przykładach idea społeczeństwa opartego na transakcjach gotówkowych, w którym każdy nasz grosz znajduje się pod lupą rządzących, jest na naszych oczach, krok po kroku wprowadzana w życie, a promowany wizerunek jej pomysłodawców a la Matka Teresa sprawia, że praktycznie nikt nie wnosi słowa sprzeciwu.

Autor: MulderXXX

Źródło: [Zmiany na Ziemi](#)