

Назарова Гулназ Гусамеддин кызы, Никиташина Наталья Александровна,
Тарасова Ольга Евгеньевна

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ В АРХАИЧНОМ ПРАВЕ: ЮРИДИКО-ТЕХНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В данной статье рассматриваются правовые нормы древневосточных источников и римского права, регулирующие отношения субъектов потребительских отношений. На примере Законов Хаммурапи, Законов Ману и Дигест Юстиниана раскрывается правовая регламентация в сфере защиты прав потребителей. Приводятся примеры существования прецедентов в области защиты прав потребителей при покупке товаров в архаичном праве, которые заложили основу для дальнейшего развития потребительского права. Проводится аналогия с современным российским законодательством.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2016/8/14.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2016. № 8 (110). С. 54-56. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2016/8/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 34; 347.4

Юридические науки

В данной статье рассматриваются правовые нормы древневосточных источников и римского права, регулирующие отношения субъектов потребительских отношений. На примере Законов Хаммурапи, Законов Ману и Дигест Юстиниана раскрывается правовая регламентация в сфере защиты прав потребителей. Приводятся примеры существования прецедентов в области защиты прав потребителей при покупке товаров в архаичном праве, которые заложили основу для дальнейшего развития потребительского права. Проводится аналогия с современным российским законодательством.

Ключевые слова и фразы: историческое развитие института защиты прав потребителей; архаичное право; потребитель; права потребителя; договор купли-продажи в архаичном праве; юридическая ответственность в сфере защиты прав потребителей.

Назарова Гулназ Гусамеддин кызы**Никиташина Наталья Александровна**, к.ю.н., доцент**Тарасова Ольга Евгеньевна**, к. филос. н., доцент*Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова*

oet72@mail.ru

**ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ В АРХАИЧНОМ ПРАВЕ:
ЮРИДИКО-ТЕХНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

На первый взгляд потребительское право – явление сравнительно новое в юриспруденции, ибо «общество потребителей» возникает только в XX в. Однако это не совсем верно, так как история развития потребительского права берет начало в период перехода от натурального хозяйства к меновому, когда люди начали заключать сделки, направленные на удовлетворение собственных потребностей. Первые правовые нормы, пусть редкие и разрозненные, появились еще в древний (архаичный) период.

В правовых памятниках Древнего Востока мы находим многочисленные статьи, касающиеся защиты прав и интересов потребителей. Из 282 статей Законов Хаммурапи защите прав потребителя посвящены девять: три связаны с оказанием некачественных медицинских услуг (ст. 218-220); пять – с выполнением некачественных строительных работ (ст. 229-232, 235); одна – с куплей-продажей некачественного товара (ст. 278) [3, с. 12-55]. При этом право Вавилонии предусматривало два вида юридической ответственности за нарушение прав потребителя: уголовную (что в целом характерно для архаичного права) и гражданско-правовую. Если обратимся к Законам Ману Древней Индии, также найдем статьи, посвященные интересам потребителя. Из 362 дошедших до нас статей (стихов), касающихся регулирования гражданских отношений имущественного характера, потребителю посвящено всего семь. Из них пять – по поводу купли-продажи некачественного товара, одна – в отношении оказания некачественных медицинских услуг, и еще одна касалась выполнения некачественных ювелирных работ [Там же, с. 94].

Нужно отметить, что в Законах Ману, несмотря на меньшую долю статей, посвященных защите прав потребителя, по сравнению с Законами Хаммурапи, мы встречаем более детальную правовую регламентацию потребительских правоотношений. Так, статьи 222, 223 близки по своему содержанию статьям 22, 25 современного Закона РФ «О защите прав потребителей» [1]. Некоторые законодательные формулировки не дают полной ясности: «плохое обращение», «плохое качество», «поступать нечестно», но это одна из характерных черт архаичного права – использование в юридическом документе оценочных нравственных понятий.

Наиболее развернутую картину регулирования потребительских правонарушений представляет, конечно, римское гражданское право. Правда, в Законах XII таблиц об этом ничего не сказано, но восполняют данный пробел в римском частном праве Дигесты Юстиниана. В этом правовом источнике им посвящено как минимум 13 положений, отличающихся более детальной правовой регламентацией и предусматривающих гражданско-правовую ответственность, которая отличается разнообразием, в отличие от юридической ответственности, в рассмотренных ранее древневосточных правовых памятниках. Два положения касаются медицинских услуг (п. 7, 8, титул II, кн. 8); шесть – купли-продажи некачественного товара (п. 43, 45, титул I, кн. 18; п. 1, титул VI, кн. 18; п. 1, 19, 45, титул I, кн. 21); три – расторжения договора купли-продажи товара в случае лучшего предложения (п. 1, 9, 44, титул II, кн. 18); одно положение – обязанностей продавца (п. 3, титул VI, кн. 18); и еще одно – найма некачественной услуги (п. 19, титул II, кн. 19) [2]. Приведем примеры: «если кто-либо купит чиненую вещь за новую, то покупателю должны быть возмещены убытки, если он купил ее по незнанию» [Там же, с. 440]; «лица, продающие рабов, должны сообщить покупателю, какая у кого болезнь или недостаток, кто был беглецом или бродягой, или освобожден от выдачи его с головой, национальность раба» [Там же, с. 450]. Если же из-за лукавства продавца или по его незнанию покупателю был продан некачественный товар (раб), этот товар возвращается продавцу, «срок для возвращения – 6 полных месяцев со дня продажи», «продавец обязан возратить цену», если он этого не делает, то «присуждается к уплате цены в двойном размере», если же вещь не может быть возвращена, то «предъявляется иск о снижении покупной цены» [Там же, с. 495], срок в этом случае увеличивается до года. Аналогичные положения можно встретить в ст. 10, 12, ч. 3 ст. 13, ч. 1 ст. 14, ч. 1 ст. 18, ч. 1 ст. 19, ч. 1-3 ст. 29 действующего Закона «О защите прав потребителей» [1].

В приведенном примере мы встречаем описание «недостатка товара», в частности, в отношении раба. Само понятие недостатка не дается, а приводится определение болезни, под которой понималось «несоответствующее

использование тела для тех целей, ради которых природа дала нам здоровье тела» (п. 1, титул I, кн. 18) [2]. При этом слепота считалась болезнью тела, а заикание – недостатком. Недостатки делились на физические, психические и смешанные. К психическим недостаткам относились следующие качества товара: легкомысленность, суеверие, раздражительность, строптивость и т.п. Психические недостатки отличались от психического безумия. Чаще всего психические недостатки не расценивались как серьезные, однако продавец не должен был их скрывать. То есть вещь, обладающая такими недостатками, могла быть возвращена продавцу не как некачественная, а в силу признания сделки, совершенной под влиянием обмана, недействительной: «если имеется только психический недостаток, то вещь не может быть возвращена продавцу, разве бы только продавцом было сказано, что этот недостаток отсутствует, а в действительности он оказывается налицо» (п. 6, титул VII, кн. 18) [Там же]. Но, в то же время, «все, что при продаже товара говорится для его расхваливания (голая похвала), не обязывает продавца, если это ясно видно; не обязывают продавца и такие обещания, если вещь находится тут же, так что покупатель не может остаться о ней в неведении» (п. 7, титул VII, кн. 18) [Там же].

Нужно отметить, что в Дигестах Юстиниана не встречаются такие привычные для нас положения как «возмещение материального ущерба», «гарантийный срок», «срок годности», «срок службы товара» и т.п. Возникает вопрос: какой срок древний римский законодатель применил бы к такой вещи как раб – срок службы или гарантийный срок? Анализируя статьи римского законодательства, можно сделать вывод, что ни один из этих сроков к данному ходовому для указанного времени товару не применим, хотя большинство статей посвящено именно рабам. Товары же подобного рода в современном обществе не встречаются, так как работорговля является международным преступлением, поэтому провести аналогию с современным законодательством невозможно.

Таким образом, архаичное писаное право, пусть в малой степени, но уделяло внимание вопросу защиты прав потребителей. В большей степени в данный период частные отношения регулировались с помощью обычаев и обыкновений, что дает основание полагать, что данное обстоятельство было характерно и для потребительских отношений.

Также можно констатировать, что постепенно древний законодатель отказывался от уголовно-правовой ответственности за нарушение правил оказания потребителю услуг, выполнения работ и торговли в пользу гражданско-правовой ответственности.

Анализируя древнее законодательство, можно выделить следующие правонарушения в исследуемой области: оказание некачественных услуг, выполнение некачественных работ и продажа некачественного товара; скрытие информации или введение в заблуждение относительно свойств и качеств товара, обман потребителя в отношении качества, количества, наименования и цены товара. Все перечисленные нарушения идентичны тем, что встречаются и сегодня.

За подобные нарушения предусматривались в рассматриваемый период следующие меры юридической ответственности: членовредительство, штраф, возмещение убытков. Распространенным было в римский классический период и *infamia* – умаление чести (бесчестье), применявшееся, в том числе, и к тем видам деятельности, которые особо требовали честности и порядочности.

Покупатель мог в установленный срок вернуть вещь, требовать снижения покупной цены, проверить качество, расспросить о свойствах и недостатках. Мог, но не был обязан даже в случае предварительного устного соглашения купить некачественную вещь, если ему так было угодно. В то же время покупатель не мог вернуть некачественную вещь, если ее недостаток (порок) был очевиден, если ему было сообщено об этом, если он сам отказался проверить товар.

Продавец был обязан предоставить покупателю полную информацию о товаре, ничего не скрывать, говорить ясно; принять некачественный товар, даже если не знал о его недостатках, и вернуть деньги или снизить цену. В случае некачественного выполнения работ обязанное лицо, даже возместив убытки, не освобождалось от выполнения своих обязательств. Кроме того, римское законодательство давало гарантию потребителю от эвекции, то есть истребования имущества настоящим собственником.

Таким образом, несмотря на то, что древнее право по вполне понятным причинам еще не оперировало такими категориями как «моральный вред, причиненный потребителю», «гарантийный срок», «срок годности», «срок службы», «право потребителя на безопасность товара» и не выступало как кодифицированное потребительское законодательство, мы видим, что существовали прецеденты в области защиты прав потребителей. На наш взгляд, именно архаичное право явилось фундаментом дальнейшего развития культуры взаимоотношений между субъектами потребительских отношений для многих государств. В древние времена государство начинает выступать своеобразным регулятором взаимоотношений между покупателями и продавцами, так как природа потребительских отношений обладает особой значимостью не только для личности, но и для общественного развития в целом. Особенности зарождающихся товарных отношений привели к необходимости установления особого статуса потребителя, и хотя само понятие не встречается ни в древневосточных, ни в античных источниках права, мы можем говорить, что определенный юридический механизм защиты прав потребителя уже сложился на ранних этапах государственности.

Список литературы

1. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. от 03.07.2016 г.) // Ведомости Съезда народных депутатов и Верховного Совета Российской Федерации. 1992. № 15. Ст. 766.
2. Памятники римского права: Законы XII таблиц. Институции Гая. Дигесты Юстиниана. М.: Зерцало, 1997. 608 с.
3. Хрестоматия по истории государства и права зарубежных стран: в 2-х т. / отв. ред. д.ю.н., проф. Н. А. Крашенинникова. М.: Норма, 2007. Т. 1. Древний мир и Средние века / сост. О. Л. Лысенко, Е. Н. Трикоз. 816 с.

PROTECTION OF CONSUMERS' RIGHTS IN THE ARCHAIC LAW: JURIDICAL AND TECHNICAL ANALYSIS

Nazarova Gulnaz Gusameddin kyzy

Nikitashina Natal'ya Aleksandrovna, Ph. D. in Law, Associate Professor

Tarasova Ol'ga Evgen'evna, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor

Khakass State University named after N. F. Katanov

oet72@mail.ru

The article examines the legal norms of ancient Eastern sources and Roman law regulating relations between the subjects of consumer relations. By the example of the Code of Hammurabi, the Manusmṛti and Justinian's Digest the authors describe legal regulation in the sphere of consumers' rights protection. The paper provides examples of precedents in the sphere of consumers' rights protection when buying goods in the archaic law, which laid foundation for further development of consumer law. The researchers draw parallels with the modern Russian legislation.

Key words and phrases: historical development of institution of consumers' rights protection; archaic law; consumer; consumers' rights; sale contract in archaic law; juridical responsibility in the sphere of consumers' rights protection.

УДК 101.1:316

Философские науки

В рамках настоящей статьи с целью выявления концептуальных трендов в исследовании современного религиозного сознания произведен анализ ряда значимых работ представителей российского религиоведения. Автор приходит к выводу о существовании ряда актуальных тенденций в названной области. Представление о динамизме российского религиозного сознания на современном этапе и его подверженности разного рода трансформационным процессам является парадигмальной доминантой отечественного религиоведческого дискурса. Теоретические взгляды российских исследователей относительно характера названных трансформаций представлены как критическими, так и позитивными оценками. Основным аргументом вектора критики становится влияние глобализации и массовой культуры на религиозное сознание.

Ключевые слова и фразы: религиозное сознание; российское религиоведение; глобализация; общество потребления; массовая культура.

Насртдинова Валентина Михайловна

Казанский (Приволжский) федеральный университет

vmnasrtdinova@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЕЛИГИОЗНОГО СОЗНАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЕЛИГИОВЕДЕНИИ

В современном российском религиоведении исследованию различных аспектов религиозного сознания – как теоретических, так и практических – уделяется значительное внимание. Процессы, характеризующие состояние российского религиозного сознания на современном этапе, отечественными исследователями оцениваются по-разному: высказываются как критические точки зрения, так и мнения, свидетельствующие о положительном отношении автора к происходящему.

Одними из наиболее частотных концептуальных оснований критики современного состояния религиозного сознания являются факт неизбежного его нахождения в контексте развертывания глобализационных процессов, а также пролиферация социокультурных реалий общества потребления в сферу религиозного.

Например, о противоречиях религиозного сознания в эпоху глобализации высказывается К. Л. Ерофеева, указывая, что одной из ведущих тенденций общественной жизни в постиндустриальных или информационных обществах является «гедонистический, обывательский, массовый» [4, с. 63] индивидуализм, вызванный утратой коллективного характера труда из-за всеобщей компьютеризации, усилением роли виртуальной реальности, переходом к специфическим формам коммуникации, опосредованным техническими устройствами [Там же, с. 63-64]. В связи с этим, по мнению К. Л. Ерофеевой, «в эпоху постмодерна, смешения культурных потоков, глобализации, религия превращается даже в своеобразную игру», а сама эпоха глобализации становится временем «индивидуальных религиозных исканий, находок и потерь» [Там же, с. 64, 65].

М. С. Городнёва считает, что глобализация, проводниками которой являются капиталистические экономики, «конструирует некий религиозный “глобал-маркет”, функционирующий по рыночному принципу» [2, с. 14], превращая религию в сегмент сферы товаров и услуг, в связи с чем религиозное чувство, духовные искания, религиозная идентификация становятся ни чем иным, как «религиозным продуктом» [Там же].

Специфику протекания трансформационных процессов религиозного сознания в ситуации глобализационных изменений анализирует и А. Ф. Гавриленков. Исследователь приходит к выводу, что в наши дни религиозное сознание является не только результатом межкультурного взаимодействия, но одновременно и агентом сближения культур, влияния одной культуры на другую, а потому становится каналом,