

Богдан Варвара Владимировна

ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОРМ ЗАКОНА РФ "О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ" НА ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ: РОССИЙСКИЙ ПОДХОД И ЗАРУБЕЖНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

В статье рассматриваются вопросы, связанные с обеспечением единства понимания в гражданском праве легальной дефиниции "потребитель", закрепленной Законом РФ "О защите прав потребителей". Основываясь на российской цивилистической доктрине, законодательстве России и зарубежных стран, автор обосновывает, что включение в понятие "потребитель" юридических лиц приведет к нивелированию одного из основополагающих принципов защиты прав потребителей: принципа справедливого равенства участников правоотношений.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/8-2/4.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (46): в 2-х ч. Ч. II. С. 22-26. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/8-2/

© 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: voprosy_hist@gramota.net

Список литературы

1. **Бодрийяр Ж.** Прозрачность зла / пер. с франц. Л. Любарской и Е. Марковской. М.: Добросвет, 2012. 260 с.
2. **Ваттимо Дж.** Прозрачное общество / пер. с ит. Д. Новикова. М.: Логос, 2002. 128 с.
3. **Вирильо П.** Машина зрения / пер. с франц. А. В. Шестакова. СПб.: Наука, 2004. 140 с.
4. **Гаврилов А. А.** Медийная картина мира как результат отражения реальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5. Ч. 2. С. 39-41.
5. **Гумбрехт Х. У.** Производство присутствия: чего не может передать значение / пер. с англ. С. Зенкина. М.: Новое литературное обозрение, 2006. 184 с.
6. **Добронравов С. В., Горбург М. Р.** Реальность как сон, сон как реальность (на примере фильмов Л. Бунюэля «Скромное обаяние буржуазии» и К. Нолена «Начало») // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2014. № 4. С. 59-63.
7. **Жижек С.** Устройство разрыва. Параллаксное видение. М.: Европа, 2008. 516 с.
8. **Маклюэн М.** Галактика Гуттенберга: становление человека печатающего / пер. И. О. Тюриной. М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2013. 496 с.
9. **Прозерский В. В.** Диалектика Гегеля. Красота как идея в чувственной форме // История эстетики / отв. ред. В. В. Прозерский, Н. В. Голик. СПб.: Русская христианская гуманитарная академия, 2011. 815 с.
10. **Рансьер Ж.** Эстетическое бессознательное / сост., пер. с франц., послесл. В. Е. Лапицкого. СПб. – М.: *Machina*, 2004. 128 с.
11. **Хьюбнер Б.** Произвольный этос и принудительность эстетики / пер. с нем. Мн.: Пропилеи, 2000. 152 с.

ARTIST AND AUDIENCE: IN SEARCH OF LOST REALITY

Barash Lyubov' Aleksandrovna, Ph. D. in Philosophy
Peoples' Friendship University of Russia (Branch) in Sochi
libar3017@mail.ru

In the article the peculiarities of post-modernist artistic communication are considered. The author analyzes new features that appeared in the intersubjective relations of the modern artist and audience: the change of the subject's characteristic, the derealization of reality in creativity and the perception of art, the renunciation of representativeness. The consideration of new facets of the contact of the artist and audience leads to the conclusion about the groundlessness of predictions on «death of art», about the formation of a new type of artistic communication on the basis of new material, forms and means of expression.

Key words and phrases: artistic communication; *homo aestheticus*; derealization of reality; commercialization of art; the unconscious; presence effect; minimal difference.

УДК 347.15/18

Юридические науки

В статье рассматриваются вопросы, связанные с обеспечением единства понимания в гражданском праве легальной дефиниции «потребитель», закрепленной Законом РФ «О защите прав потребителей». Основываясь на российской цивилистической доктрине, законодательстве России и зарубежных стран, автор обосновывает, что включение в понятие «потребитель» юридических лиц приведет к нивелированию одного из основополагающих принципов защиты прав потребителей: принципа справедливого равенства участников правоотношений.

Ключевые слова и фразы: защита прав потребителей; закон; доктрина; зарубежное законодательство; юридическое лицо; личные бытовые нужды; юридическое равенство.

Богдан Варвара Владимировна, к.и.н., доцент
Юго-Западный государственный университет
KurskPravo@yandex.ru

**ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
НОРМ ЗАКОНА РФ «О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ» НА ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ:
РОССИЙСКИЙ ПОДХОД И ЗАРУБЕЖНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО[©]**

НИИР в рамках государственного задания Минобрнауки России, код проекта 2191 (Т. № 1.17.14Ф).

В российской науке гражданского права проблема единства понимания той или иной дефиниции стоит достаточно остро. Попытки модернизации закрепленного в законе определения, как правило, связаны со сложностями трактовки того или иного понятия в правоприменительной практике. Большое влияние на этот процесс оказывает цивилистическая доктрина, в рамках которой на основе анализа результатов научных исследований предлагаются новые интерпретации, авторские определения существующих правовых понятий. К числу

дискуссионных вопросов в последнее время относится и формулировка понятия «потребитель», впервые закрепленного в преамбуле Закона РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон).

Защита прав потребителей в России – динамически развивающийся институт. Вопросы правового регулирования защиты прав потребителей являются актуальными для любого демократического государства. Среди стратегических проблем современного социально-экономического развития России проблема обеспечения населения качественными жизненными благами является одной из главных и острых. Ее практическое решение во многом определяет рост качества жизни, уровня реального благосостояния граждан и непосредственно влияет на обеспечение социальной стабильности и национальной безопасности государства.

Легальное определение «потребитель» со стороны законодателя было подвергнуто изменению в 1999 г. Уточнение цели приобретения товаров, работ, услуг (не связанной с осуществлением предпринимательской деятельности) существенно улучшило положение потребителя как участника экономических отношений, складывающихся на потребительском рынке, и позволило усовершенствовать гражданско-правовой механизм защиты их прав. В то же время в науке гражданского права был впервые поднят вопрос о возможности распространения норм Закона, в том числе на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Согласно преамбуле Закона, потребитель – это гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Между тем Л. Б. Ситдикова указывает на необходимость проведения унификации понятия «потребитель» и изложения его в следующей редакции: «Потребитель – гражданин и (или) юридическое лицо, имеющие намерение заказать или приобрести либо заказывающие, приобретающие или использующие товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [17, с. 57]. Мнение Л. Б. Ситдиковой поддержано Э. Корниловым [8, с. 120], В. В. Даниловым [4, с. 10] и И. В. Кирюшиной [5, с. 8]. Такой подход обусловлен тем, что во многих сферах юридические лица выступают в качестве непрофессионалов, нуждающихся в дополнительной защите (Л. Б. Ситдикова), или тем, что отдельные товары (работы, услуги) юридические лица приобретают не для коммерческой деятельности, а для удовлетворения потребностей своих работников (Э. Корнилов).

И. В. Кирюшина предлагает изменить дефиницию «потребитель» путем предоставления прав потребителей так называемым «коллективным потребителям», под которыми понимает потребительские кооперативы, товарищества собственников жилья [Там же]. В. С. Белых обосновывал целесообразность распространения норм Закона не только на потребительские кооперативы, но и на иные виды юридических лиц «при условии, если они приобретают, заказывают или используют товары (работы, услуги) для собственных нужд, не связанных с извлечением прибыли (например, приобретение оргтехники, теле- и радиоаппаратуры и т.д.)» [1, с. 349].

Отдельные исследователи правоотношений в области защиты прав потребителей выражают свое согласие с указанной позицией и считают, что «для применения мер потребительской защиты к юридическим лицам необходимы критерии, указывающие на их «слабое положение» на рынке», что в такой защите нуждаются в первую очередь представители малого бизнеса, который «активно развивается, и юридические лица зачастую не имеют ни штатных юристов, ни средств для оплаты постоянного юридического сопровождения сторонними специалистами. Поэтому их положение может быть схоже с положением физических лиц – потребителей» [7].

Попытки обоснования включения юридических лиц в категорию «потребитель» проводились через концепцию «конечного потребителя», указывая, что конечное потребление «осуществляют не только «обыкновенные» физические лица, но и субъекты предпринимательской деятельности, в том числе для удовлетворения бытовых потребностей. При этом Закон адресует меры повышенной защиты именно конечному потребителю, что следует из рассматриваемой формулировки потребительских нужд» [Там же].

В конечном итоге авторы приходят к выводу, что формально организации – конечные потребители – могут существовать, но, основываясь на доводах Т. Л. Левшиной и В. А. Рахмиловича о трудности в реальной жизни определить, когда извлечение прибыли является основной целью организации, а когда – побочной [5, с. 122], указывают: «деятельность юридического лица представляет собой довольно сложный механизм, поэтому на стадии заключения договора практически невозможно понять, для каких нужд будут использоваться приобретаемые товары, работы и услуги» [6].

Попытка пересмотреть дефиницию «потребитель» путем включения в нее юридических лиц предпринималась через конструкцию публичного договора на примере договоров оказания информационных услуг. По мнению Л. Б. Ситдиковой, легальное определение потребителя создает двусмысленность в квалификации публичного договора [17, с. 58]. В подтверждение своих доводов автор указывает на понятия «потребитель», которые используются в ГОСТ «Поиск и распространение информации. Термины и определения. ГОСТ 7.73-96» от 13 февраля 1997 г.: лицо или коллектив, получающие и использующие информацию в практической деятельности. Также она опирается на опыт ряда зарубежных государств, указывая, что «в ряде государств (Франция, Англия, США) термин «потребитель» используется в законодательстве без любых дефиниций, он введен в обращение судебной практикой и доктриной. Расширительное толкование понятия «потребитель» приводится в ГАТС (*Генеральное соглашение по торговле услугами – прим. авт. Б. В.*), под которым понимается любое физическое или юридическое лицо, получающее или использующее услугу, а поставщик услуги – любое лицо, поставляющее услугу» [Там же].

С этим не согласны ведущие ученые цивилисты М. И. Брагинский и В. В. Витрянский [2], также Л. А. Шашкова [18, с. 16]. Мы присоединяемся к данному мнению и поддерживаем утверждение, что «организации, в отличие от граждан, имеют свои финансовые, бухгалтерские, юридические службы и поэтому не нуждаются

в специальных средствах защиты, предоставляемых законом слабой стороне...» [2, с. 37]. Действительно, объективной необходимости в предоставлении дополнительных прав юридическим лицам (индивидуальным предпринимателям) в виде законной неустойки, компенсации морального вреда, альтернативной подсудности, даже если они не имеют своих собственных юристов, нет. Гражданско-правовой механизм ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств ГК РФ предусматривает достаточно правовых возможностей для защиты интересов покупателей – юридических лиц по договору розничной купли-продажи, в связи с чем распространение на таких покупателей законодательства о защите прав потребителей нецелесообразно.

По нашему мнению, подобные рассуждения (имеются в виду мнения о распространении Закона о защите прав потребителей на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей) нивелируют один из основополагающих принципов защиты прав потребителей: принцип справедливого равенства субъектов рассматриваемых правоотношений. По справедливому замечанию Ю. В. Романца, «наибольшая степень экономического неравенства существует в отношениях между производителем, действующим с предпринимательской целью (далее по тексту будет именоваться как предприниматель), и потребителем-гражданином. В таких обязательствах зависимое положение потребителя усугубляется естественными качествами гражданина как физического лица. Указанное экономическое неравенство требует значительного внедрения в гражданские правоотношения публичного регулирования, позволяющего юридическими средствами выровнять контрагентов» [16]. Следовательно, если юридические лица получают возможность воспользоваться заложенным в Законе о защите прав потребителей механизмом защиты прав, возникнет неравенство между двумя равными субъектами предпринимательских правоотношений, что явно свидетельствует о дисбалансе интересов.

Обращаясь к законодательству стран ближнего зарубежья, следует заметить, что среди всех стран-участниц СНГ к числу потребителей в рамках соответствующего закона относятся юридические лица только в Законе Республики Таджикистан «О защите прав потребителей» от 25 ноября 2004 г. и Законе Латвии «О защите прав потребителей» от 18 марта 1999 г., с изменениями от 22 ноября 2001 г.

Согласно п. 22 ст. 1 Закона «О защите прав потребителей» Украины, потребитель – это физическое лицо, которое приобретает, заказывает, использует или намеревается приобрести или заказать продукцию для удовлетворения личных потребностей, непосредственно не связанных с предпринимательской деятельностью или выполнением обязанностей наемного работника. Из приведенного определения Закона Украины следует, что, во-первых, потребителем считается исключительно физическое лицо, во-вторых, приобретать или заказывать товары (работы, услуги) возможно только для удовлетворения собственных потребностей, не связанных с предпринимательством и выполнением обязанностей наемного работника, то есть не с целью получения прибыли в ее широком смысле. Как отмечает В. Г. Шинкаренко, «именно это дополнение позволяет объяснить исключения возможностей принятия предприятий, организаций как потребителей, ведь целью любого предприятия, бесспорно, является получение доходов» [19, с. 123]. При этом авторы замечают отсутствие в Законе России упоминания об обязанностях наемного работника, что, по их мнению, является недостатком, поскольку наемный работник при выполнении своих служебных обязанностей является представителем юридического лица (предприятия), в котором работает и, совершая покупки для организации, удовлетворяет не личные потребности, а потребности своего работодателя в товарах (работах, услугах).

В целом в странах ближнего зарубежья под потребителем понимается физическое лицо (Белоруссия, Казахстан, Молдова, Узбекистан, Эстония, Литва); просто «лицо» (Азербайджан), что дает возможность расширительно толковать данный термин; гражданин (Армения, Кыргызстан, Туркменистан), который приобретает товары (работы, услуги) или имеет намерение их приобрести для удовлетворения личных, бытовых, семейных или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (Белоруссия, Армения, Таджикистан, Латвия (Кыргызстан и Узбекистан – «не связанных с извлечением прибыли»)), в том числе профессией (Литва, Эстония, Молдова), осуществлением функций наемного работника (Украина). Более узко цель определяют законы Казахстана (для удовлетворения своих потребностей), Азербайджана и Туркменистана (для личных нужд).

Таким образом, только в Законах Украины, Литвы, Эстонии и Молдовы определено, что субъекты предпринимательской деятельности (юридические лица, индивидуальные предприниматели) не могут использовать для защиты прав дополнительные гарантии, предоставленные потребителям. В Белоруссии в п. 2 Постановления Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 24 июня 2010 г. № 4 «О практике применения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей» указано, что данное законодательство не распространяется на отношения, возникшие в связи с приобретением товаров для предпринимательской деятельности, а также на отношения по приобретению товаров, выполнению работ и оказанию услуг для нужд организаций.

Проблема отнесения или не отнесения «коммерсантов» к числу потребителей известна и зарубежным правовым порядкам. Так, в Италии, при рассмотрении понятия «потребитель», определение его сущности было с самого начала предметом многих дискуссий. До принятия Потребительского кодекса Италии в 2005 году, итальянские ученые отмечали возможность распространения норм о защите прав потребителей на владельцев малого бизнеса, ремесленников, которые рассматривались как слабая сторона в договоре, часто оказывающиеся в неблагоприятных ситуациях по отношению к их коллегам. Под неблагоприятными ситуациями понимаются ярко выраженное экономическое неравенство между мелкими и крупными предпринимателями, а также нарушение права на информацию. Подобное восприятие термина «потребитель» привело к необходимости сбалансирования этих позиций, которое выразилось в том, что некоторые суды стали классифицировать владельцев малого бизнеса или ремесленников как потребителей. Статья 3 Потребительского кодекса Италии 2005 г. поставила точку в споре: владельцы малого бизнеса, ремесленники и торговцы, хотя и могут иногда рассматриваться как слабые стороны договорных отношений, юридически не могут пользоваться защитой, предусмотренной для потребителя [20].

Доводы о том, что в зарубежных странах понятие «потребитель» используется без каких-либо различий, мы не поддерживаем, ибо такое рассуждение основано на устаревших данных. Так, Закон о защите прав потребителей Франции под потребителем понимает физическое лицо, за исключением предпринимателя, приобретающего товары (услуги) для предпринимательских целей (ст. 1); аналогичные определения содержат законодательные акты Италии (физическое лицо, которое действует для целей, не связанных с предпринимательской, коммерческой, кустарной или профессиональной деятельностью (ст. 3 Потребительского кодекса Италии)), Германии (физическое лицо, которое заключает юридическую сделку с целью, которая не может быть отнесена ни к его производственной, ни к его самостоятельной профессиональной деятельности (пар. 13 «Потребитель» Германского Гражданского уложения)). Кроме того, основные Директивы ЕС в сфере защиты прав потребителей трактуют «потребителя» как «любое физическое лицо, действующее в целях, которые лежат вне его торговой, деловой или профессиональной деятельности» (Директива 2000/31/ЕС «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции»), «любое физическое лицо, которое, вступая в коммерческие отношения, регулируемые настоящей Директивой, преследует свои личные, а не торговые, деловые или профессиональные интересы» (Директива 2005/29/ЕС «О недобросовестной коммерческой практике по отношению к потребителям на внутреннем рынке»), «любое физическое лицо, которое действует в рамках договоров, охватываемых настоящей Директивой, в целях, отличных от его торговой, коммерческой, ремесленной или профессиональной деятельности» (Директива 2011/83/ЕС от 25 декабря 2011 г. «О правах потребителей, вносящая поправки в Директиву Совета 93/13/ЕЕС и Директиву 1999/44 ЕС Европейского Парламента и Совета, отменяющая Директиву Совета 85/577/ЕЭС и Директиву 97/7ЕС Европейского Парламента и Совета»).

К числу дискуссий относительно применения понятия «потребитель» к юридическим лицам несколько обособленно стоял вопрос о возможности применения норм Закона к индивидуальным предпринимателям. Специальных исследований на данную тему не проводилось, а в общей массе рассуждений за индивидуальным предпринимателем признавали возможность, как и за юридическими лицами, относить их к потребителям. Но такое понимание проблемы не охватывало принципиального в данном случае вопроса: индивидуальный предприниматель является физическим лицом, в то время как юридические лица – это самостоятельные субъекты гражданского права.

Решающую роль в данном случае сыграла судебная практика. Проанализировав Постановление Пленума Верховного суда РФ № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», принятое 28 июня 2012 г., мы пришли к выводу, что в настоящее время положен конец практике отказов индивидуальным предпринимателям, обращающимся в суд за защитой нарушенных прав со ссылкой на Закон РФ «О защите прав потребителей» по сделкам, заключенным им с продавцом (исполнителем) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) исключительно для личных, семейных, домашних, бытовых и иных нужд, не связанных с осуществлением им предпринимательской деятельности, что в целом можно рассматривать как расширение дефиниции «потребитель» (п. 17). Такой подход правоприменителя не бесспорен, но в целом оправдан, т.к. индивидуальный предприниматель фактически был лишен возможности прибегнуть к нормам Закона о защите прав потребителей даже в случаях, когда его покупки не были связаны с предпринимательской деятельностью. Противоположной стороне достаточно было взять выписку из ЕРГИП, чтобы доказать факт осуществления предпринимательской деятельности, и спор рассматривался по нормам ГК РФ без применения дополнительных прав, предусмотренных Законом.

Таким образом, проанализировав подходы законодателей других государств к определению «потребитель», а также действующее российское законодательство, правоприменительную практику и правовые позиции Верховного суда РФ, сформулированные в Постановлении № 17, мы пришли к выводу о необходимости корректировки дефиниции «потребитель», под которым следует понимать физическое лицо, в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее или использующее товары (работы, услуги), приобретенные (заказанные) вследствие таких отношений на законном основании исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. **Белых В. С.** Правовое регулирование предпринимательской деятельности. М.: Проспект, 2010. 430 с.
2. **Брагинский М. И., Витрянский В. В.** Договорное право: в 5-ти кн. М.: Статут, 2006. Кн. 2. Договоры о передаче имущества.
3. **Волос А. А.** Принципы отечественного обязательственного права: история и современность // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5. Ч. 1. С. 66-69.
4. **Данилов В. В.** Защита прав потребителя в системе конституционных прав человека в России: автореф. дисс. ... к.ю.н. М., 2009. 23 с.
5. **Кирюшина И. В.** Правовой статус потребителя и его реализация в гражданском праве: дисс. ... к.ю.н. Барнаул, 2004. 215 с.
6. **Комментарий к Гражданскому кодексу РФ.** М.: Контракт-Инфра М, 2005. Ч. 1 / под ред. О. Н. Садикова. 940 с.
7. **Концепция конечного потребителя [Электронный ресурс] // Защита прав потребителей финансовых услуг / отв. ред. Ю. Б. Фогельсон. М., 2010. Доступ из справ.-правов. системы «КонсультантПлюс».**
8. **Корнилов Э. Г.** Юридическое лицо как потребитель // Закон. 1999. № 3. С. 120-123.
9. **Мазур Т. В.** Правовая система Германии: понятие и основные компоненты // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 5. Ч. 1. С. 129-132.

10. **О защите прав потребителей** [Электронный ресурс]: Закон Латвии от 18 марта 1999 г. (в ред. 22 ноября 2001 г.). URL: http://www.pravo.lv/likumi/14_zozpp.html (дата обращения: 24.07.2013).
11. **О защите прав потребителей** [Электронный ресурс]: Закон республики Таджикистан от 25 ноября 2004 г. URL: <http://www.tajinvest.tj/index.php?> (дата обращения: 24.07.2013).
12. **О защите прав потребителей**: Закон от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 05.05.2014) // Ведомости СНГ и ВС РФ. 1992. № 15. Ст. 766.
13. **О практике применения судами законодательства при рассмотрении дел о защите прав потребителей** [Электронный ресурс]: Постановление Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 24 июня 2010 г. № 4. URL: http://court.by/jurisprudence/Post_plen/civil/prop/ebc5dc4185e07746.html (дата обращения: 24.07.2013).
14. **О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей**: Постановление Пленума Верховного суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2012. № 9.
15. **Про захист прав споживачів** [Электронный ресурс]: Закон Украины от 12 мая 1991 г. (в ред. 16.10.2012). URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата обращения: 24.07.2013).
16. **Романец Ю. В.** Принцип справедливого равенства участников гражданских правоотношений между собой [Электронный ресурс] // Журнал российского права. 2010. URL: http://www.juristlib.ru/section_23_p32.html (дата обращения: 24.07.2012).
17. **Ситдикова Л. Б.** Гражданско-правовой статус потребителя в сфере оказания информационных услуг // Юридический мир. 2010. № 9. С. 56-59.
18. **Шашкова Л. А.** Права потребителей и их защита в Российской Федерации гражданско-правовыми средствами: дисс. ... к.ю.н. Ульяновск, 2004. 211 с.
19. **Шинкаренко В., Ананко І.** Етимологія понять «споживач», «покупець» і «клієнт» та їх використання на автотранспортних підприємствах // Экономика транспортного комплекса. 2012. № 20. С. 120-129.
20. **Il codice del consumo commentato** / a cura di M. Castri, A. Palmigiano. Edizione, 2010.

**DEBATABLE PROBLEMS OF EXTENDING NORMS OF LAW OF THE RUSSIAN FEDERATION
“ON CONSUMERS PROTECTION” TO LEGAL ENTITIES:
THE RUSSIAN APPROACH AND FOREIGN LEGISLATION**

Bogdan Varvara Vladimirovna, Ph. D. in History, Associate Professor
Southwest State University
KurskPravo@yandex.ru

In the article issues connected with ensuring the unity of understanding the legal definition –“consumer” in civil law fixed by the Law of the Russian Federation –“On Consumers Protection” are considered. On the basis of the Russian civil doctrine, the legislation of Russia and foreign countries the author grounds that the inclusion of legal entities in the notion –“consumer” will lead to the leveling of one of the fundamental principles of consumers protection: the principle of the fair equality of privies.

Key words and phrases: consumers protection; law; doctrine; foreign legislation; legal entity; personal everyday necessities; juridical equality.

УДК 165.9

Философские науки

В статье рассматриваются проблемы, связанные с определением таких понятий как «исторический миф», «субъект исторического мифа», которые в силу различных причин не предполагают четкого однозначного определения. Субъект исторического мифа характеризуется парадоксальностью, обусловленной выделением двух видов субъектов. Такая классификация основана на внутреннем и внешнем восприятии исторического мифа. Дается характеристика субъекта «носителя» мифа, предлагается классификация исторического мифа, основанного на внешнем восприятии.

Ключевые слова и фразы: миф; исторический миф; субъект; историческая наука; мифотворцы; «носители» мифа.

Боровкова Ольга Владимировна, к. филос. н., доцент
Рубцовский индустриальный институт (филиал)
Алтайского государственного технического университета им. И. И. Ползунова
o.v.borovkova@gmail.com

СУБЪЕКТ ИСТОРИЧЕСКОГО МИФА[©]

Проблема субъекта познания всегда была одной из наиболее важных и сложных в философии. На протяжении долгого периода истории философии наблюдаются изменения в представлениях о субъекте и его роли – от незыблемости до исчезновения в структурализме и постмодернизме. С отделением социально-гуманитарных наук от естественных проблема субъекта расширяется и углубляется, так как на повестку дня встает вопрос демаркации социально-гуманитарных наук и внеаучного знания, а вслед за этим и проблема субъекта внеаучного знания и, в частности, субъекта исторического мифа.