

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА» В РОССИЙСКОЙ ЦИВИЛИСТИКЕ И В ДРУГИХ ПРАВОПОРЯДКАХ

Парц Екатерина Сергеевна

магистрант ЧОУ ВО Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
РФ, г. Санкт-Петербург

В Российской цивилистике и в других правовых системах возникает тревожный феномен потребительского экстремизма, который требует глубокого анализа и вызывает серьезные опасения. Этот термин используется для описания ситуаций, когда потребители настолько агрессивно и жестко выражают свои права и интересы, что это приводит к нарушению законов и общественного порядка. В современном мире проблема потребительского экстремизма становится все более очевидной. Этот феномен нарушает баланс интересов между участниками отношений, регулируемых законодательством о защите прав потребителей, и препятствует развитию стабильной экономики и качественного рынка товаров, работ и услуг.

Одна из важнейших составляющих гражданско-правовых норм в Российской Федерации – права потребителей. Законы и положения, регулирующие права и обязанности потребителей и производителей товаров и услуг, составляют эту категорию. Защита прав потребителей имеет большое значение в современном обществе, поскольку недобросовестное поведение потребителей наносит ущерб не только продавцам, производителям и импортерам, но и честным потребителям.

В России в 2000-х годах культура сферы потребления не показывала никаких изменений. Фраза "потребитель всегда прав" не имела никакого отношения к реальности того времени, когда продавцы были просто посредниками между редкими товарами. Это привело к неприязни к продавцам, подкрепленной общественным мнением, что производители стремятся обогатиться за счет потребителя.

Недобросовестное поведение потребителей, известное как потребительский экстремизм, включает манипулирование правовыми нормами с целью личной выгоды, а не защиты нарушенных прав и интересов. По мнению исследователей, основной причиной такого поведения является эффективное законодательство о защите прав потребителей, которое применяет карательные санкции, а не стремится восстановить права.

Основной предпосылкой появления потребительского экстремизма учеными называется наличие действенного законодательства о защите прав потребителей, санкции которого являются карающими, а не правовосстановительными. Возникновение указанного правового явления отличается своей особенностью: оно характеризуется прямым следствием наличия и применения эффективного законодательства. То есть высокий уровень и карающий характер санкций законодательства о защите прав потребителей обуславливает возникновение злоупотреблений потребителями своими правами. Формирование потребительского экстремизма как правового явления, как правило, ассоциируется с громкими прецедентами, возникшими в правоприменительной практике США.

Одним из всемирно известных примеров потребительского экстремизма считается «табачное дело R.J. Reynolds», когда неполное информирование о вреде курения послужило причиной для выплаты беспрецедентной компенсации вдове курильщика в размере 23,6 млрд долларов. [1] После суда вице-президент Reynolds Tobacco Джеффри Реборн заявил, что вердикт выходит за рамки разумного и справедливого. Также во многих статьях современных

исследователей можно найти упоминания о деле Либек против Макдональдс. [2] Однако официальных документов о том, чем закончилась судебная тяжба найти невозможно. Другие случаи потребительского экстремизма не столь популярны в средствах массовой информации, а результаты соответствующих судебных разбирательств являются менее впечатляющими в материальном эквиваленте. Анализ современных исследований позволяет сформулировать вывод о том, что основными факторами, обусловившими появление и развитие потребительского экстремизма в США, следует считать специфику материального (высокий уровень правовой регламентации защиты прав потребителей, штрафной характер санкций) и процессуального (прецедентный характер, широкая популярность групповых исков) права. [3]

Применительно к Российской Федерации момент возникновения потребительского экстремизма как правового явления определяется исследователями по-разному. Одни связывают его с моментом вступления в силу Закона «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 года № 2300-1 [4] и датируют возникновение массового злоупотребления правами потребителей 1992 годом. Вторая группа авторов, учитывая массовость в качестве необходимого признака потребительского экстремизма, связывает момент его возникновения с внесением в Закон «О защите прав потребителей» изменений и поправок, усиливающих защиту прав покупателей, или с принятием иных актов, посредством которого разъяснена возможность взыскания в судебном порядке штрафа за неудовлетворение требований потребителя в добровольном порядке в пользу самого потребителя.

Отечественная научная литература содержит множество примеров из правоприменительной практики, соотносимых авторами с явлением потребительского экстремизма. Однако в отличие от «американского» потребительского экстремизма их последователи на территории Российской Федерации редко добиваются удовлетворения заявленных требований. Примеры российских громких судебных тяжб: [5]

- Прокопенко против «Петро». В 2001 году Иван Прокопенко подал в Невский районный суд г. Санкт-Петербурга иск к табачной фабрике «Петро», принадлежащей японскому концерну Japan Tobacco International. Мужчина утверждал, что заболел раком легких, «благодаря» курению производимым ею папиросам «Беломорканал». Он требовал с производителей компенсацию в 2,5 млн руб. В 2003 году истец умер, не дождавшись конца разбирательства, а его правопреемнице также не удалось выиграть дело.
- Кузнецова против «Макдональдс». В июле 2005 года Кузнецова подала в Бутырский суд Москвы иск о взыскании 900 000 руб., потраченных на лечение и о компенсации морального вреда за полученные ожоги в результате пролитого кофе. Процесс длился около 2,5 лет. Дело кончилось тем, что от иска отказалась истица.
- Хохлов против Московской ореховой компании. Хохлов в январе 2010 якобы обнаружилдохлую мышь в пачке с фундуком, из которой съел часть орехов. Еще до обращения в суд Хохлов требовал с производителя в качестве компенсации 500 000 рублей, но когда юристы компании потребовали доказательств, смог предъявить лишь фото пакетика орешков с лежащей рядом мышью. В суде требования покупателя уменьшились до 200 000 руб. Однако решение было вынесено не в его пользу. Истец обжаловал вынесенное решение в Мосгорсуде, но безрезультатно.

Итак, анализ научной литературы, нормативно-правовых актов и правоприменительной практики, проведенный в настоящем исследовании, приводит к следующим выводам. [6]

Во-первых, территориально потребительский экстремизм возник в США, а временем возникновения рассматриваемого правового явления следует считать 90-е годы XX века.

Во-вторых, тщательное изучение зарубежной научной периодики и судебной практики позволяет усомниться в действительном существовании судебных дел, с решениями по которым современные исследователи связывают возникновение потребительского экстремизма, по крайней мере, в том виде, в каком их традиционно представляют в академической литературе.

В-третьих, на территории Российской Федерации данное явление появилось позже. Несмотря на наличие отдельных попыток со стороны потребителей получить несоразмерное возмещение еще в 90-х годах, массовое появление соответствующих исков характерно уже для

2000-х.

В-четвертых, отечественный потребительский экстремизм характеризуется, как правило, «волновым» характером, обусловленным внесением изменений, усиливающих позиции потребителя в той или иной сфере.

Изучение литературы и практики судебных решений позволяет выделить следующие причины возникновения и распространения потребительского экстремизма в России:

1. Несбалансированное законодательство, которое позволяет потребителям злоупотреблять своими правами, не обеспечивая должной защиты прав продавцов и производителей.
2. Презумпция невиновности потребителей и виновности продавцов и производителей в судебных процессах.
3. Возможность организации экстремистской деятельности потребителей без необходимости в капитале и профессиональных навыках.
4. Страх со стороны объектов и субъектов потребительской сферы перед "нападениями" потребителей и нежелание публично раскрывать выявленные нарушения.
5. Злоупотребления со стороны производителей, низкое качество товаров и услуг.

Список литературы:

1. Бондаренко М. Табачный гигант R.J. Reynolds Тобассо заплатит \$23 млрд за смерть курильщика // РБК [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/economics/20/07/2014/57041f8c9a794760d3d401e1> (дата обращения 03.12.2023).
2. Бекренева А. Американка требует от McDonald's выплатить ей более 2 млн долларов за то, что она ошпарилась кофе // ТАСС [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/arhiv/695379> (дата обращения 03.12.2023).
3. Нилов И.Л. Возникновение потребительского экстремизма // Евразийская адвокатура. 2018. № 5 (36). С. 21-25.
4. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей» // «Российская газета», - 07.12.1992, Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, - 09.12.1992, - N 15, ст. 766.
5. Когда потребитель превращается в террориста // Право.ру [Электронный ресурс] URL: <https://pravo.ru/review/view/120188/?attempt=1> (дата обращения 03.12.2023).
6. Елена Гордеева. Потребительский экстремизм: проблема злоупотреблений [Электронный ресурс] URL: https://kons.ru/news/potrebitelskiy_extremizm_problema_zloupotrebleniy (дата обращения 03.12.2023)