

з управління акціонерним товариством, можуть безпосередньо не брати участь у додатку капіталу до процесу відтворення.

З метою управління акціонерною власністю акціонери мають можливість створити незалежний в оперативно-господарській діяльність, хоча й підконтрольний органам управління та контролю акціонерного товариства, менеджмент. Зазначена правомочність постає з правового інституту приватної власності, що полягає в тому, що право власності надає власнику разом з іншими повноваженнями так само право керування, тобто рішення, яким чином і ким власність може бути використана.

Акціонерні товариства, будучи однією з найбільш «складних» форм організації колективного підприємництва, є реалізацію прав власності, які давно вийшли за межі відомої з римського права «тріади» (володіння, користування й розпорядження). Власність як правовий інститут отримала в акціонерних товариствах значний розвиток, що полягає насамперед у збільшенні різноманітності притаманних їй прав.

Висновки. Таким чином, до теперішнього часу Україна та її правова думка вже має ґрунтовну базу й ресурси для належної постановки практичної діяльності акціонерних товариств та їхнього правового регулювання, що у свою чергу продовжує активно розвиватися та удосконалюватися.

Список використаних джерел:

1. Шершеневич Г. Учебник торгового права (по изд. 1914 г.) / Г. Шершеневич. – М., 1994. – 335 с.
2. Про акціонерні товариства : Закон України від 17 вересня 2008 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17/page>.
3. Здоронюк Г. Актуальні питання діяльності акціонерних товариств / Г. Здоронюк. – К. : Юридическая практика, 2007. – 480 с.
4. Бусыгин А. Предпринимательство : [учебник] / А. Бусыгин. – М. : Инфра-М, 1998. – 394 с.
5. Торговое право : [учеб. пособие] / [С. Жамен, Л. Лакур] ; под общ. ред. К. Лобри. – М. : Юриспруденция. – 250 с.
6. Хоскинг А. Курс предпринимательства : [практическое пособие] / А. Хоскинг. – пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 352 с.
7. Тарасов И. Учение об акционерных компаниях / И. Тарасов. – М. : Статут, 2000. – 666 с.

РОМАНЮК І. І.,

аспірант юридичного факультету
(Київський національний університет
імені Тараса Шевченка)

УДК 347.121.1

ПЕРСОНАЛЬНІ ДАНІ ОСОБИ ЯК ОБ'ЄКТ ЦИВІЛЬНОГО ОБОРОТУ

Стаття присвячена встановленню ознак об'єкта відносин, які зумовлюють його здатність виступати об'єктом цивільного обороту; аналізу можливості персональних даних виступати об'єктом договірних відносин, а також визначенню видів договорів, предметом яких прямо чи опосередковано стають персональні дані особи.

Ключові слова: об'єкт цивільного обороту, оборотоздатність, персональні дані, інформація, цивільно-правові договори.

Стаття посвящена установлению признаков объекта отношений, обуславливающих его способность выступать объектом гражданского оборота; анализу возможности персональных данных выступать объектом договорных отношений, а также определению видов договоров, предметом которых прямо или косвенно становятся персональные данные лица.

Ключевые слова: объект гражданского оборота, оборотоспособность, персональные данные, информация, гражданско-правовые договоры.



The article is devoted to the features of relationships object which determine its ability to act as an object to the civil turnover, analysis of the personal data possibility to act as an object of the contractual relations and defining contracts, the subject of which directly or indirectly are the personal data of individuals.

Key words: *object civilian traffic, circulability personal data, information, civil contracts.*

Вступ. Розвиток новітніх інформаційних технологій поступово призводить до того, що людина стає все більш незахищеною в умовах сучасних глобалізаційних процесів у суспільстві. Особливо незахищеною є персональна інформація особи, яка поступово набуває всіх класичних рис товару та все більше включається у вільний ринковий оборот. Так, сьогодні в містах на різних ринках уже має місце торгівля лазерними дисками, що містять автоматизовані адресні бази, бази громадян-власників автомобілів, нерухомого майна тощо. Для будь-якого бізнесу персональні дані – зручне та необхідне доповнення всього того, що надається через Інтернет. На Заході функціонують цілі фірми, що спеціалізуються на збиранні й продажу адресних списків персональних даних, які коштують чимало. Нині не є проблемою купівля чи оренда адресної бази для поштового розсилання, причому за цілком помірну плату.

Саме у зв'язку з наведеними обставинами питання про здатність персональних даних на законних підставах бути об'єктом цивільного обороту, виступати предметом цивільно-правових договорів і, відповідно, отримувати відповідний правовий захист сьогодні є актуальним як ніколи раніше.

Протягом останніх років на монографічному рівні висвітленню зазначених питань присвячено дослідження переважно публічно-правового спрямування (А.В. Пазюк «Міжнародно-правовий захист права людини на приватність персоніфікованої інформації» (2004 р.), В.М. Брижко «Організаційно-правові питання захисту персональних даних» (2004 р.), А.М. Чернобай «Правові засоби захисту персональних даних працівника» (2006 р.). Приватно-правовий погляд на проблему міститься в дисертації О.А. Дмитренко на тему «Право фізичної особи на власні персональні дані в цивільному праві України». Деякі проблеми правового регулювання відносин щодо інформації про фізичну особу розглядалися в наукових працях таких відомих дореволюційних, радянських та сучасних українських вчених-цивілістів: В.І. Бобрік, Н.В. Волкова, О.І. Гуменюк, Н.О. Давидова, О.Л. Жуковська, Н.В. Коробцова, О.В. Кохановська, Л.О. Красавчикова, Л.В. Красицька, О.О. Кулініч, Р.А. Майданик, М.С. Малєїн, М.М. Малєїна, Л.В. Малюга, Е.Е. Мухамєдова, Ю.В. Носік, Є.В. Петров, М.Є. Петросян, Й.О. Покровський, З.В. Ромовська, Р.О. Стефанчук, Н.В. Устименко, Л.В. Федюк, Є.А. Флейшиць, С.І. Чернооченко та інших. Однак станом на сьогодні в науковій літературі відсутній ґрунтовний аналіз питання здатності персональних даних особи виступати об'єктом цивільного обороту.

Постановка завдання. Цілі статті полягають у визначенні ознак персональних даних як об'єкта цивільного обороту, а також у встановленні видів цивільно-правових договорів, предметом яких прямо або опосередковано виступають персональні дані особи.

Результати дослідження. Відповідно до ч. 1 ст. 178 Цивільного кодексу України (далі – ЦК України) об'єкти цивільних прав можуть вільно відчужуватися або переходити від однієї особи до іншої в порядку правонаступництва чи спадкування або іншим чином, якщо вони не вилучені із цивільного обороту, або не обмежені в обороті, або не є невід'ємними від фізичної чи юридичної особи [2].

Сфера цивільного обороту – це сфера обороту перш за все суб'єктивних цивільних (приватних) прав, а не їх об'єктів майнового походження. Для цивільного обороту має значення не тільки й не стільки сам рух благ (це важливо для економічного обороту), скільки перехід (відчуження чи допуск) прав на них. При цьому перехід прав не завжди означає відчуження й навіть не завжди означає передавання. Щодо предметів матеріального світу, то допуск проходить через передавання, оскільки отримання вигоди можливе шляхом безпосереднього впливу на річ, стосовно ж нематеріальних об'єктів, які не мають просторових меж, – шляхом допуску до них третіх осіб. При цьому якщо відчуження робить благо чужим для відчужувача, то допуск до використання – ні. У такому випадку відчуження немайнового права просто не відбувається. Так, наприклад, об'єкти інтелектуальної власності не відчужуються, але за допомогою авторських договорів, договорів про надання прав на використання уповноважена особа здійснює допуск до свого блага третіх осіб і таким чином вводить благо як цінність в економічний оборот.



Для того, щоб брати участь у цивільному обороті, об'єкт повинен бути наділений такими властивостями, як об'єктивованість (визначеність), відособленість, віддільність та ціна.

Проаналізуємо наявність вказаних вище ознак цивільної оборотоздатності в нематеріального об'єкта – персональних даних – на прикладі однієї з найважливіших складових такої інформації – імені фізичної особи.

Об'єктивованість блага, що бере участь у цивільному обороті, розглядається у двох аспектах. У першому аспекті вона вказує на межі об'єкта цивільних прав, тобто формує його визначеність, у другому – об'єктивованість означає відособленість об'єкта, тобто відділення одного блага від іншого, близького, суміжного або навіть аналогічного. Іншими словами, мова йде про вирізняльну здатність кожного з кількох подібних об'єктів, яка дозволяє індивідуалізувати кожен із таких об'єктів [14, с. 99].

Як відзначається в правовій літературі, ім'я особи – це інформація [9, с. 315], яка індивідуалізує особу в суспільстві. Таким чином, ім'я є різновидом персональних даних.

З позицій, напрацьованих у логіці, ім'я – це наділений певним змістом мовний вираз у вигляді окремого слова або словосполучення, що позначає або іменує який-небудь предмет (об'єкт). Ім'я як мовна категорія має дві обов'язкові характеристики: предметну (об'єктну) характеристику та смислово-характеристику [14, с. 107–108].

Предметне значення (денотат) імені – це один або множина певних об'єктів, які цим іменем позначаються. Наприклад, денотатом імені «Тарас Шевченко» буде конкретна людина, яка цим іменем позначається, а «вантажний автомобіль» – множина певних речей.

Смислове значення (смысл або концепт) імені – це відомості про об'єкти, тобто характерні для них властивості, якості, за допомогою яких виділяють множину предметів або із множини – один конкретний. У наведеному прикладі смислом імені «Тарас Шевченко» можуть бути такі характеристики: українець, видатний письменник, художник.

Виходячи з наведених категорій логіки, отримуємо таку характеристику імені як блага. По-перше, ім'я людини – це певний мовний вираз, певний знак, що позначає позамовний об'єкт – людину (денотат). По-друге, за допомогою імені як мовного виразу відбувається персоніфікація конкретної людини. По-третє, оскільки ім'я – це мовний вираз, а мова є знаковою інформаційною системою, що виконує функцію формування, зберігання та передачі інформації, то ім'я людини виконує функцію формування, зберігання та передачі відомостей про неї, про її якості, вчинки, навички тощо. Відомості про фізичну особу також дозволяють відособити її ім'я від імені іншої людини.

Таким чином, ім'я особи – це не тільки певний розпізнавальний знак (набір звуків, букв або слів), мовна форма позначення людини, тобто зовнішній прояв (зовнішня сторона) цього блага, але й позначення певної сукупності відомостей про носія, які дозволяють його індивідуалізувати, персоніфікувати, тобто внутрішній прояв (внутрішня сторона), прояв функціонального призначення.

Очевидно, що саме завдяки мовній формі виразу ім'я як особистий та нематеріальний об'єкт, створений свідомістю людини, здатне проявлятися назовні, тобто існувати як об'єктивоване «духовне» благо.

Способи об'єктивації можуть бути різними. Наприклад, реєстрація в актах цивільного стану імені новонародженої дитини вказує на те, що певні слова (прізвище, ім'я, по батькові), вибрані в якості мовного виразу, персоніфікують певну людину, навколо якої будуть формуватися відомості про їх носія. Об'єктивація імені може здійснюватися також шляхом означення людиною себе у творах науки, літератури, мистецтва під тим чи іншим псевдонімом [14, с. 112].

Таким чином, через реєстраційну процедуру легальне ім'я (ім'я, прізвище, по батькові) або псевдонім через об'єктивну форму виразу (наприклад, підписаний твір, сценічне ім'я) формалізується, об'єктивується та набуває визначеність та відособленість.

Якщо говорити про можливість віддільності особистих немайнових благ, потрібно визначитися з поняттями «відчуження» та «відділення» об'єкта. Так, відчуження – це таке відділення об'єкта від суб'єкта, у результаті якого він стає для нього чужим, а для іншої особи – своїм, здійснюється цілеспрямованими на такі наслідки діями. У свою чергу відділення блага може відбуватися незалежно від цілеспрямованості чи правомірності дій, а іноді й у результаті подій. При цьому об'єкт не стає чужим для початкового володільця. Вказане свідчить про те, що віддільність та відчужуваність співвідносяться між собою як родова та видова категорії [14, с. 178].

Оскільки ім'я характеризується як певний мовний вираз, знак, що означає позамовний об'єкт – людину, уже сама мовна форма, а саме прояв назовні елементів її системи, дозволяє імені як розпізна-



вальному знаку (набір звуків, букв або слів), що позначає людину, існувати автономно, продовжуючи персоніфікувати останню.

Якщо припустити, що ім'я невіддільне від свого носія, то, наприклад, смерть фізичної особи повинна призвести до зникнення корисних властивостей імені цієї людини, до його нездатності задовольняти потреби інших, до зникнення імені як мовного виразу, атрибута, що позначає померлу особу. І навпаки, якщо після смерті носія ім'я зберігає корисні властивості й буде здатне задовольняти потреби інших, то це свідчить про те, що воно продовжує існувати як благо (об'єкт), а значить, може існувати автономно, тобто є віддільним.

Ім'я як мовний вираз у вигляді слова (набору слів), як розпізнавальний знак, отримавши об'єктивність за життя свого носія, наприклад, шляхом реєстрації або через матеріальний носій, не зникає одночасно зі смертю людини, а продовжує існувати. Так, імена відомих письменників, композиторів, художників, а також звичайних людей продовжують існувати, незважаючи на те, що їх носії давно померли.

Ім'я як благо задовольняє такі потреби, як персоніфікація людини в суспільстві, об'єктивне відображення її в суспільстві. З іменем у людей асоціюються певні події, спогади, предмети, вчинки та ін. Це, у свою чергу може впливати на поведінку інших осіб. Так, наприклад, використання виробником годинників у своїй торговій марці імені відомого футболіста може суттєво збільшити обсяги реалізації таких годинників. При цьому очевидно, що ім'я фізичної особи може викликати відповідні асоціації, спогади, емоції, прагнення, настрої й після смерті цієї особи. А тому наведене вище зумовлює той факт, що ім'я як благо, причому не тільки як деякий розпізнавальний знак, але і як засіб персоніфікації певних обставин із конкретною особою після смерті останньої може існувати автономно, а значить, відділяється від свого носія.

Серед характерних ознак особистих немайнових благ дослідники традиційно називають їх нетоварність. Причому в якості однієї із суттєвих причин їхньої нетоварності називають нездатність до грошової оцінки таких об'єктів [7, с. 167].

Разом з тим у таке традиційне розуміння нематеріальних благ сьогодні вносяться певні корективи. Це викликано товаризацією ряду відносин, які виникають із приводу об'єктів особистих немайнових прав, тобто входженням деяких немайнових благ в економічний товарообіг, де все спрямовано на отримання прибутку. Так, наприклад, ділова репутація сьогодні може розглядатися як вклад за договором простого товариства, а значить, повинна бути оцінена в грошах, як і будь-який інший вид вкладу (ст. 1133 ЦК України). Більше того, уже існують методики розрахунку ділової репутації. Наприклад, в економіці існує таке поняття, як «гудвіл», яке має декілька значень. По-перше, це умовна вартість ділових зв'язків юридичної особи. По-друге, це грошова оцінка торгової марки, досвіду, кваліфікації керівного персоналу, зв'язків із клієнтами, їх кількості та стійкості зв'язків із ними, репутації у фінансовому світі тощо. Таким чином, з точки зору економіки гудвіл має досить окреслену вартість, яка визначається як різниця між балансовою вартістю активів організації та звичайною вартістю її підприємства як цілісного майнового комплексу.

Окрім цього, теорія неможливості грошової оцінки нематеріальних благ – об'єктів особистих немайнових прав, що забезпечують соціальне буття фізичних осіб, – спростовується й відносинами, які реально складаються в суспільстві. Так, відома тенісистка Анна Курнікова у 2001–2003 рр. була обличчям фірми «Adidas», тобто її ім'я та зображення використовувалися на всіх рекламних щитах, у буклетах, на презентаціях нової продукції, тобто скрізь, де була присутня нова продукція. За це від компанії вона щорічно отримувала значну суму коштів [14, с. 204].

Таким чином, нематеріальні блага (ділова репутація, зображення фізичної особи, її ім'я, інші персональні дані особи) розглядаються учасниками відносин як товар, ціна якого виражена в грошах, а реалізація уповноваженою особою суб'єктивних прав на такі об'єкти супроводжується майновим еквівалентом із боку інших осіб.

Грошова оцінка нематеріальних благ з очевидністю свідчить про те, що деякі з них наділені міною (ринковою) цінністю та можуть набувати ринкову форму товару, що дає можливість розглядати їх в якості об'єктів майнового обороту.

Поряд із категоричним запереченням наявності мінової цінності в нематеріальних об'єктах, права на які закріплені у главі 22 ЦК України, у сучасній вітчизняній та зарубіжній юридичній літературі все частіше зустрічаються висловлювання про можливість їхньої грошової оцінки. Наприклад, М.М. Малєїна вважає, що немайновий характер особистих немайнових прав ще не свідчить про те,



що вони, а відповідно і їх об'єкти, взагалі не мають цінності. Неможливою є лише їхня точна оцінка [10, с. 13]. Іншими словами, автор не заперечує можливості приблизної їх оцінки.

Так, сьогодні відсутні підстави заперечувати, що інформація здатна перебувати в еквівалентно-оплатних відносинах. Як відзначає А. О. Самохвалов, її цінність визначається як характеристиками змісту інформації (знань, смислу), так і параметрами знакової форми. Серед них він виділяє зміст інформації (сислову складову), своєчасність отримання, актуальність її для отримувача, прийнятність знакової форми, транспортабельність (можливість «упакувати» інформацію в певну систему знаків, доступну для сприйняття, та передати ці знаки від однієї особи до іншої), оптимальність співвідношення самої інформації (сміслу) та знакової форми, поширеність (непоширеність), достовірність (міра відповідності інформації, яка відображає дійсність, самій дійсності) [13].

Таким чином, на підставі всього вищевикладеного доходимо висновку, що персональні дані як інформація про особу наділені всіма необхідними рисами для здатності виступати об'єктом цивільного обороту: об'єктивованістю, відособленістю, віддільністю та здатністю до грошової оцінки.

Крім цього, специфіка персональних даних полягає саме в тому, що вони, по суті, призначені для надання третім особам перш за все з метою ідентифікації [12, с. 54].

Прикладом передачі прав на використання інформації, що становить персональні дані особи, за умовами договору можуть служити договори, що останнім часом набули популярність у рекламній сфері, а саме: договори про використання зображення фізичної особи, які укладаються між фізичною особою, фотографічне або інше зображення якої використовується в рекламних або інших цілях, виробником та/або розповсюджувачем такої реклами. Укладення договорів, що містять умову про можливість використання зображення фізичної особи, дозволяє, з одного боку, закріпити згоду фізичної особи на фіксацію та використання її зображення, а з іншого – визначити порядок, мету та умови такої фіксації та використання. При цьому в укладенні такого договору зацікавлені як виробники (розповсюджувачі) реклами, так і особи, зображення яких використовується в рекламі, оскільки це дозволяє чітко визначити їхні взаємні права та обов'язки щодо використання такого зображення.

Від описаних вище договорів слід відрізнити договори, у яких як істотна умова передбачається надання прав на використання певної інформації в процесі здійснення того чи іншого договору, що дало можливість окремим правникам розглядати інформацію як супроводжуючий об'єкт правовідносин, наприклад, у договорах купівлі-продажу, підряду, про надання послуг та ін. Значний обсяг інформації, що становить персональні дані особи, передається як супроводжуючий об'єкт за різноманітними договорами у сферах реклами, надання послуг зв'язку, платних медичних послуг, юридичних послуг, кіно-, теле- та відео індустрії, шоубізнесу, професійного спорту. При цьому в таких договорах містяться умови про конфіденційність чи таємність інформації, яка передається, виникає або створюється відповідно до таких договорів [6, с. 240].

Так, загальнопоширеною практикою під час надання платної медичної допомоги стало укладення з пацієнтом відповідного письмового договору з умовами, що визначають право пацієнта на таємність інформації, яка передається під час укладення та в ході виконання такого договору, зокрема, інформації про стан його здоров'я, історію хвороби, діагноз, результати медичного обстеження тощо. У сучасних закладах охорони здоров'я, згідно з наказами Міністерства охорони здоров'я України, ведеться понад 400 облікових форм, які супроводжують лікувально-діагностичний процес. Усі інструкції щодо заповнення медичних форм первинної облікової документації вимагають ідентифікації пацієнта шляхом фіксації його прізвища, імені, по батькові, статі, дати й місця народження, групи крові, місця роботи, серії й номера документа, що посвідчує особу тощо.

Відповідно до ст. 7 Закону України «Про захист персональних даних» [3] забороняється обробка персональних даних, що стосуються здоров'я. Водночас ця заборона не застосовується, якщо обробка персональних даних проводиться в цілях охорони здоров'я, встановлення медичного діагнозу, для забезпечення піклування чи лікування або надання медичних послуг за умови, що такі дані обробляються медичним працівником або іншою особою закладу охорони здоров'я, на якого покладено обов'язки щодо забезпечення захисту персональних даних.

Попри те, що відповідно до норм ЦК України [2] на вказану інформацію поширюється інститут лікарської та медичної таємниць, законодавчого визначення цих понять не існує. З огляду на це в умовах розвитку сучасного інформаційного суспільства видається доцільним захист такої інформації особи саме як її персональних даних із правом особи-суб'єкта даних самостійно визначати можливість та умови доступу до такої інформації інших осіб.



У договірній практиці спеціалізованих медичних організацій зустрічаються договори, які регулюють дещо специфічні особисті немайнові відносини, і тому передбачають передачу особливих персональних даних особи під час їх укладення. Це договори про проведення медично-біологічних експериментів на людях, зміну (коригування) статі, донорство, штучне запліднення та імплантацію ембріону, виношування плоду тощо.

Досить часто положення про конфіденційність інформації (адвокатську таємницю) містять договори про надання юридичних (адвокатських) послуг. Вимога про конфіденційність стосується саме тієї інформації, яку отримують юристи (адвокати) під час виконання таких договорів та надання юридичної допомоги. При цьому такі положення деталізують, яка саме інформація є конфіденційною чи складає адвокатську таємницю, умови її використання, збереження конфіденційних документів тощо. Окрім цього, досить часто встановлюється конкретна відповідальність у вигляді штрафу за порушення юристом (адвокатом) режиму конфіденційності такої інформації.

Під час створення теле-, кіно- та відеофільмів нині нормальною практикою стало укладення відповідними студіями (теле-, кіно-, відеокомпаніями) з акторами договорів, які містять положення щодо передачі останніми прав на використання їхнього голосу, зображення, а також щодо умов та обсягів такого використання. Такими договорами можуть ставитися особливі умови до зовнішнього вигляду, режиму дня, необхідності відвідування тренувань, а також встановлюватися обмеження щодо перебування відповідної особи в публічних місцях тощо [6, с. 242–243].

Також останнім часом серед суб'єктів, що здійснюють господарську діяльність, все частіше постає питання щодо врегулювання відносин про використання імені, зображення фізичної особи в рекламних цілях. Економічна цінність від використання таких особистісних даних особи загалом заснована на особистій популярності та репутації в суспільстві здебільшого завдяки особливим досягнень, наприклад, у спорті або мистецтві. Загальновідома особа може експлуатувати свою популярність і зображення з комерційним ефектом, дозволяючи за плату третім особам використовувати своє зображення або ім'я під час рекламування товарів, робіт або послуг для полегшення їхньої впізнання. При цьому перелік персональних даних, які можуть використовуватися з комерційними цілями, визначається досить широко. Так, відповідно до американської доктрини обсяг таких даних особи обмежується тільки такою властивістю, як чітка ідентифікація особи-носія. Тому захист надається не тільки від неправомірного використання імені чи зображення, а й охоплює інші риси особистості, такі як голос, манери поведінки, зачіску, стиль одягу, зовнішній вигляд, позу, добре відому та часто вживану фразу, яка асоціюється з особою-носієм, та навіть речі, тісно з нею пов'язані. Наприклад, порушенням права відомого автогонщика було визнано використання зображення його автомобіля для перегонів, який упізнавався за унікальними відмінними рисами [11, с. 134].

Можливість комерційного використання імені, зображення та інших персональних даних особи обумовлена, по-перше, сучасним рівнем розвитку інформаційних технологій, які надають змогу миттєво зафіксувати відображення ознак особистості, зберігати таке відображення фактично необмежено в часі, відтворювати безліч разів та в різноманітних формах, а також поширювати на територію та між особами, обмеженими лише наявністю відповідних технічних пристроїв. По-друге, потреба комерційного використання персональних даних особи причинена масовим характером виробництва та споживання, при якому виробник зацікавлений у привертанні до своїх товарів, робіт та послуг уваги якнайбільшої кількості споживачів задля найширшого представлення на ринку. По-третє, каталізатором комерційного використання персоналізованої інформації особи виступає небачений за все існування людства ступінь глобалізації матеріальної та духовної культури, що має свої тенденції до посилення [11, с. 16–17].

Україна не залишається осторонь описаних вище процесів. Зокрема, загальновідомими є факти використання персональних даних особи в цілях рекламування виробників або їхньої продукції, використання зображення фізичної особи на виробках, реєстрація імені особи як знака для товарів, робіт та послуг, як комерційного найменування, під час ексклюзивного інтерв'ю тощо. Одночасно національне законодавство уже містить окремі норми, які охоплюють можливість використання ознак особистості в комерційних цілях. Серед них можна назвати ст. 23 Конституції України [1], яка закріплює право кожної людини на вільний розвиток своєї особистості. На рівні ЦК України слід зазначити загальні засади цивільного законодавства (ст. 3); можливість укласти договір, який не передбачений актами цивільного законодавства, але відповідає його загальним засадам (ст. 6); право фізичної особи, особисте немайнове право якої порушене, на відшкодування шкоди, як майнової, так і моральної (ст. 280); право



на використання імені (ст. 296); право на вільний вибір форм та способів прояву своєї індивідуальності (ст. 300); захист інтересів фізичної особи під час проведення фото-, кіно-, теле- та відео зйомок та інтересів фізичної особи, яка зображена на фотографіях та в інших художніх творах (ст. ст. 307, 308). Окрім того, є спеціальні норми, які передбачають окремі випадки комерційного використання окремих персональних даних особи: у рекламі забороняється вміщувати зображення фізичної особи або використовувати її ім'я без письмової згоди цієї особи (ч. 1 ст. 8 Закону України «Про рекламу» [4]); не ресструються як знаки позначення, які відтворюють прізвища, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети й факсиміле відомих в Україні осіб без їх згоди (ч. 4 ст. 6 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» [5]). Разом із тим такого рівня нормативного регулювання явно недостатньо, що підтверджується фактами неправомочного комерційного використання персональних даних особи та кількістю судових справ, що зростає, щодо захисту фізичних осіб від такого використання. У зв'язку із цим суб'єкту персональних даних у кожному випадку використання його персональних даних у рекламних цілях варто укладати договір про передачу прав на використання імені та/або зображення особи. Під час укладення такого договору в письмовій формі доцільно вказати такі істотні умови:

- територія використання імені та/або зображення особи (уся територія України, територія адміністративної одиниці, приміщення торгового центру тощо);
- способи використання імені та/або зображення особи (на рекламних носіях (банери, плакати, листівки), мережа Інтернет (можливо вказати конкретні ресурси), телевізійні канали тощо);
- мета використання імені та/або зображення особи (рекламування товарів/послуг правонабувача, підвищення уваги до конкретного заходу тощо).

У цьому контексті цікаво звернутися до французької правової доктрини, відповідно до положень якої правочин, за яким фізична особа дозволяє комерційне використання своїх персональних даних (ознак особистості), не породжує передачу права чи надання ліцензії на використання виключного права на відповідні ознаки особистості, натомість за своєю природою такий правочин є не поіменованим договором, який створює обов'язок носія певних ознак особистості не перешкоджати їх комерційному використанню та обов'язок уповноваженої на таке використання особи заплатити узгоджену плату. Захист від використання ознак особистості в комерційних цілях без дозволу особи-носія цих ознак може бути достатньо ефективно здійснений за допомогою норм деліктного права. Так, у Франції можливими є позови з безпідставного збагачення внаслідок неправомочного використання зображення, коли деяка комерційна цінність витупає атрибутом зображення потерпілої особи й можливо визначити в поточних ринкових цінах вартість використання зображення особи, яка б сплачувалася за наявності договору між сторонами [11, с. 106].

Незважаючи на можливість комерційного використання персональних даних особи, це не спростовує визначальних ознак права особи на власні персональні дані. Так, право особи на персональні дані є особистим, оскільки використання однією особою персональних даних іншої особи не спростовує нерозривного зв'язку між останньою та відповідним особистим немайновим благом. Пояснюється це тим, що в згаданому випадку використовується не благо саме по собі, а лише його відтворення, проекція на матеріальному носії. Особисте немайнове право особи на персональні дані характеризується також немайновістю, тому що використання персональних даних особи в комерційних цілях не змінює немайнову природу відповідних благ (особисті немайнові блага не створюються в процесі економічного виробництва та не можуть мати майново-грошової цінності, на відміну від своїх проєкцій). Персональні дані особи в цьому контексті слід тлумачити широко та охоплювати не тільки зображення, ім'я, а й голос та інші індивідуальні дані за умови їх однозначної асоціації з фізичною особою-носієм та комерційною цінністю їх використання [11, с. 20].

Нарешті, навіть при під час укладення звичних для кожної особи договорів про надання послуги доступу до мережі Інтернет передбачається можливість передачі провайдеру широкого кола персональної інформації абонента, до якої, окрім прізвища, імені та по батькові, статі, місця роботи, місця проживання особи тощо, входить також інформація про відвідувані абонентом сторінки в мережі, дані про його пошукові запити, відомості про завантажені та відправлені файли та ін. Так само значна кількість відомостей про особу обробляється в межах системи електронних розрахунків: ідентифікаційні дані (прізвище, ім'я та по батькові, паспортні дані, ідентифікаційний номер тощо); контактні дані (номер телефону, пошта тощо); особисті дані (вік, стать тощо); професійні дані (освіта, професія, місце роботи тощо); фінансово-майнова інформація (розмір заповіданих збитків тощо); інформація щодо



стану та динаміки заборгованості за кредитно-розрахунковими операціями; інформація про події та обставини, що були результатом здійснення неналежних переказів, заподіяння шкоди/створення загрози заподіяння шкоди фінансовій системі та фінансовій безпеці користувачів; оперативно-розшукова інформація в разі порушення кримінальних справ за фактом таких подій та ін.

Висновки. У результаті проведеного дослідження доходимо висновку про те, що сходині персональні дані особи як один із видів інформації наділені всіма рисами об'єкта цивільного обороту, оскільки вони отримують об'єктивованій зовнішній вираз через певні встановлені законодавством процедури легалізації; є відособленими та віддільними від людини, оскільки продовжують існувати й персоніфікувати конкретну людину навіть після її смерті; за умови зацікавленості відповідних суб'єктів у отриманні тих чи інших персональних даних осіб можуть набувати визначену в договірних відносинах вартість. Персональні дані можуть виступати об'єктом договірних відносин як безпосередньо, наприклад, договорів про використання персональних даних фізичної особи в рекламних цілях, так і передаватися за умовами договорів опосередковано, що передбачено умовами договорів купівлі-продажу, підряду, про надання послуг тощо. При цьому, незважаючи на можливість комерційного використання персональних даних особи, це не спростовує визначальних ознак права особи на власні персональні дані як особистого немайнового права особи. А тому механізми забезпечення та захисту прав та законних інтересів осіб під час використання їхніх персональних даних за умовами цивільно-правових договорів підлягають подальшому детальному аналізу та вивченню.

Список використаних джерел:

1. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. №435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44.
3. Про захист персональних даних : Закон України від 10.06.2010 р. № 2297-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 34.
4. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 2709/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39.
5. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг : Закон України від 15.12.1993 р. № 3689-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7.
6. Бобрик В.И. Договорное регулирование личных неимущественных отношений / В.И. Бобрик // Личные неимущественные права: проблемы теории и практики применения : сб. статей и иных материалов / под ред. Р.А. Стефанчука. – К. : Юринком Интер, 2010. – 1040 с.
7. Гражданское право Украины : [учебник для вузов системы МВД Украины] : в 2-х ч. / А.А. Пушкин, В.М. Самойленко, Р.Б. Шишка и др.] ; под ред. проф. А.А. Пушкина, доц. В.М. Самойленко. – Х. : Ун-т внутр. дел ; Основа, 1996. – Ч. 1 – 440 с.
8. Егоров Н.Д. Гражданско-правовое регулирование общественных отношений: единство и дифференциация / Н.Д. Егоров. – Л. : Изд-во Ленингр. ун-та, 1988. – 176 с.
9. Кохановська О.В. Теоретичні проблеми інформаційних відносин у цивільному праві : [монографія] / О.В. Кохановська. – К. : Київський університет, 2006. – 463 с.
10. Малеина М.Н. Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита / М.Н. Малеина. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2001. – 244 с.
11. Посикалюк О.О. Особисті немайнові права фізичних осіб в романській, германській, англо-американській системах приватного права : [монографія] / О.О. Посикалюк. – К. : Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва НАПрН України, 2011. – 205 с.
12. Різак М.В. Правове регулювання відносин обігу персональних даних : дис. ... канд. юрид. наук : спец. 12.00.07 / М.В. Різак. – К., 2012. – 214 с.
13. Самохвалов А.А. Информация как объект гражданских прав / А.А. Самохвалов // Право: теория и практика. – 2003. – № 15. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yurclub.ru/docs/pravo/1503/4.html>.
14. Слипченко С.А. Оборотоспособность объектов личных неимущественных прав, обеспечивающих социальное бытие физического лица : [монография] / С.А. Слипченко. – Х. : ФОП Мічурина Н.А., 2011. – 336 с.

