

РОЗДІЛ 2. ПРИВАТНЕ ПРАВО

Наталія БАШУРИН

ORCID 0000-0002-5096-0734

INSTAGRAM-АКАУНТ ЯК ОБ'ЄКТ ЦИВІЛЬНИХ ПРАВОВІДНОСИН

DOI: 10.15330/apiclu.69.2.1-2.12

Постановка проблеми. Сьогодні ми не можемо уявити своє життя без інтернету, соцмереж, онлайн-платформ, мобільних додатків тощо. Нас щодня оточує контент, інформаційний простір збагачується ним безперервно, він різноманітний, набуває нових і нових форм. Через інтернет-сайти, соцмережі і платформи сьогодні відбувається торгівля, обмін інформацією, навчання, надаються рекламні послуги, що породжує нові професії і, відповідно, нові об'єкти цивільних прав. Усе це свідчить про технологічний прогрес, котрий ми спостерігаємо тут і зараз, однак часто виникають ситуації, коли цей прогрес дещо випереджає відповідне правове регулювання.

Instagram – одна з найпопулярніших соцмереж сьогодні не лише у колі підлітків, а серед абсолютно різних вікових категорій і верств населення. Ця платформа об'єднує в собі майданчик для поширення медіа-контенту, спілкування, обміну інформацією, а також повноцінна бізнес-платформа, де залучені менеджери, продавці і покупці, посередники, рекламодавці тощо. Окрім того, все частіше ми зустрічаємось із відносно новим явищем – так званім «особистим брендом», що найактивніше розвивається, власне, у Instagram і створює абсолютно нові тенденції в цивільному обороті в тому числі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання правового регулювання цивільних правовідносин, пов'язаних із цифровим контентом та акаунтами у соціальних мережах у своїх наукових працях порушували такі науковці, як Некіт К.Г., Саванець Л.М., Стахира Г.М., Мілаш В. та інші. Однак питання ці досі залишаються не вирішеними до кінця у правовому полі, а тому потребують додаткових досліджень.

Метою дослідження є здійснити аналіз можливості instagram-акаунту бути об'єктом цивільних правовідносин.

Виклад основного матеріалу. Для початку варто з'ясувати, що таке instagram-акаунт з теоретичної точки зору в розумінні цивільного права і науки.

Як зазначає Некіт К.Г., під акаунтом у соціальній мережі можна розуміти особисту сторінку, на якій користувач розміщує особисту інформацію, викладає відео, аудіо та інші матеріали, в якій веде електронне спілкування з іншими особами і якою може керувати, лише авторизувавшись шляхом введення персонального логіну та пароллю [1, с. 60]. До цього визначення варто додати ще й те, що користувач використовує свій акаунт під іменем або псевдонімом, котре, власне, з часом може слугувати «брендом» чи «особистим брендом». Саме за рахунок імені, котре набуло популярності у соцмережі, той чи інший Instagram-акаунт може комерціалізуватися, ставати затребуваним.

Отже, умовно можемо поділити instagram-акаунт на дві складові: ім'я і дані авторизації та цифровий контент, що міститься у ньому. Іноді саме найменування акаунту має комерційну цінність, а контент, що у ньому міститься, значення не має, або навпаки.

Доволі часто в інтернет-мережі можна зустріти оголошення з пропозицією продати активний instagram-профіль з великою кількістю підписників та активною «живою» аудиторією. Також трапляються оголошення про готовність придбати готовий активний instagram-профіль для комерційних цілей. Тобто нам потрібно розуміти, що акаунти у цій соцмережі можуть створюватися з різною метою. Виходячи із наданого раніше визначення, це засіб для поширення особистого цифрового контенту і спілкування з іншими користувачами (такою, до речі, була першочергова мета цієї соцмережі), але в той же час акаунт у цій соцмережі може створюватися і вестися для реалізації комерційних цілей (наприклад, просування і продажів тих чи інших продуктів, послуг тощо). Сьогодні майже кожен підприємець у сфері надання послуг має власний комерційний instagram-акаунт через який рекламує свої послуги і спілкується із поточними та потенційними клієнтами.

Як зазначають деякі дослідники, акаунт в Instagram, по суті, є веб-сторінкою, відповідно, власник веб-сторінки розміщує на ній

інформацію незалежно від власника веб-сайта (яким є, власне, та чи інша соціальна мережа) та самостійно управляє нею. У свою чергу Закон України «Про авторське право та суміжні права» визначає веб-сторінку як «складову частину веб-сайту, що може містити дані, електронну (цифрову) інформацію, інші об'єкти авторського права і (або) суміжних прав тощо» [1, с. 61].

Деякі соціальні мережі, а саме веб-сайти, на яких вони розміщені, дозволяють користувачам на власний розсуд публікувати інформацію на своїх веб-сторінках (акаунтах), а тому саме користувачі є відповідальними, наприклад, за порушення прав інтелектуальної власності на ній. Аналогічна позиція знайшла своє відображення у постанові Верховного Суду, де він вирішив «залишити в силі рішення господарського суду Рівненської області від 24.05.2017 р. про стягнення з відповідача 64 000 грн. на користь позивачів за розміщення та публічну демонстрацію на веб-сторінці у соціальній мережі Facebook за гіперпосиланням твір, виключні майнові права на який належали позивачам» [1, с. 61]. Отже, користувачі є відповідальними за користування своїм акаунтом, однак чи визнаються вони в той же час власниками цього ж акаунту, чи лише перебувають у статусі користувача? І чи може Instagram-акаунт прирівнюватися до звичайного об'єкта речових прав?

Цивільний кодекс України у ст. 317 зазначає, що «власникові належать права володіння, користування та розпорядження своїм майном» [2]. Відповідно, коли ми створюємо акаунт в Instagram, фактично отримуємо лише доступ до Сервісу та набуваємо право володіти і користуватись наданою нам веб-сторінкою у соцмережі. Право розпорядження акаунтом в цій соцмережі (право відчужити) до цього переліку не входить, тому юридично його продати, придбати, обміняти, заповідати, передати у заставу тощо просто неможливо. До того ж за порушення Умов передбачено право соціальної мережі змінювати ім'я користувача, видаляти певний контент з його сторінки, призупиняти право користування чи взагалі видаляти акаунт, тобто навіть право користування у деяких випадках для користувача може бути обмежене [3]. Тобто фактично, виходячи із сучасного цивільного законодавства, а та-

кож умов і правил сервісу Instagram, фізичні та юридичні особи не можуть набувати статусу власника акаунту де-юре, а можуть перебувати лише у статусі користувачів. Однак де-факто так звана «купівля-продаж» Instagram-акаунту реалізуються доволі активно. Тобто користувач популярного профілю з активною аудиторією підписників може «продати», передавши «покупцю» логін та пароль для авторизації і право володіти та користуватися профілем, отримавши за це погоджену попередньо оплату. Проте важливо розуміти, що юридично такі дії неможливо назвати «продажем» в Україні, це швидше надання доступу для подальшої реалізації права користування за разову оплату. Це зумовлено тим, що класично передати покупцеві акаунт у якомусь матеріалізованому вигляді неможливо і відчужити його фактично складно, оскільки немає повного права розпоряджатися.

В той же час у науці існує думка, що часом ім'я Instagram-профілю чи Instagram-профіль цілісно може бути об'єктом права власності і відчужуватися [1, с. 61], з чим ми знову ж таки не можемо погодитися, враховуючи те, що цей об'єкт має ряд специфічних особливостей і не може прирівнюватися до звичайного об'єкта речових прав.

Яскравим прикладом визначення юридичної сутності акаунту у соцмережі і правового статусу його творця є судова справа в США *Eagle v. Morgan*, де предметом судового розгляду стали вимоги, пов'язані з використанням профілю позивача в соцмережі LinkedIn. Суть справи зводиться до того, що будучи власником компанії, позивачка створила акаунт в LinkedIn для професійних та особистих цілей. Пізніше її компанія була викуплена іншою, а позивачка замінена іншим менеджером. При цьому нові власники компанії отримали доступ до профілю позивачки, змінили пароль та замінили її фото та ім'я даними нового менеджера. Але при цьому в профілі залишилася деяка професійна інформація позивачки, включаючи контакти. На цій підставі позивачка звернулася до суду із 11 вимогами, серед яких викрадення особистості (identitytheft) [4, с. 92]. Тобто ми бачимо, що найбільшу цінність і юридичне значення у даному випадку має не сам акаунт у соцмережі, а дані, котрі містяться у ньому.

Тобто, як говорилося раніше, в складі Instagram-акаунту потрібно виділяти окремо цифровий контент, котрий він містить, адже він може мати зовсім інший статус і значення, ніж сам акаунт, і до нього може застосовуватися зовсім інше правове регулювання.

Видається за доцільне з'ясувати, як же можна визначити поняття цифрового контенту загалом з точки зору права. Відповідно до ч. 1 ст. 2 Директиви Європейського Парламенту і Ради про деякі аспекти, що стосуються договорів постачання цифрового контенту та цифрових послуг (Директива від 20.05.2019 р. № 2019/770), «цифровим контентом виступають дані, що генеруються та подаються у цифровій формі. Такими даними можуть виступати комп'ютерні програми, мобільні додатки, ігри, музика, аудіовізуальні файли чи тексти незалежно від того, доступ до таких даних відбувається через завантаження чи потокову передачу даних» [5, с. 168]. Тобто фактично усі матеріали, в тому числі аудіовізуальні файли і тексти, що містяться в тому чи іншому Instagram-акаунті, юридично і фактично є цифровим контентом.

Стахира Г.М. у своєму дисертаційному дослідженні на тему «Цивільно-правове регулювання цифрового контенту» дає таке визначення цифрового контенту: це об'єкт цивільних правовідносин, сукупність даних, що створюються, генеруються, постачаються та зберігаються у цифровій формі, за винятком даних, які виступають предметом договорів у сфері надання: фінансових, правових, фінансово-консультаційних та медичних послуг у електронній формі, послуг, що забезпечують електронне з'єднання, азартних ігор [6, с. 5]. Погоджуючи із таким визначенням, можемо також стверджувати, що дані, котрі містяться у Instagram-акаунті є цифровим контентом (а саме: пости з фото/відео, авторськими постами тощо).

Цифровий контент має подвійну правову природу, котра поєднує його матеріальну (цифровий носій) та нематеріальну (дані, що генеруються та постачаються лише онлайн) форми вираження, що є підставою для дослідження можливості віднесення цифрового контенту до однієї із категорій об'єктів цивільних прав [5, 168].

Цікавим є те, що цифровий контент у якості блага, щодо якого виникають цивільні правовідносини між учасниками, здатний задовольняти економічні людські потреби. Такі різноманітні між собою блага, що охоплюються поняттям «цифровий контент», об'єднує між собою їх існування у цифровому просторі у вигляді даних, що дає підстави стверджувати про наявність між ним та цифровою інформацією спорідненої правової природи. Тим часом потрібно пам'ятати, що цифровий контент за своїми ознаками не підпадає під поняття «інформація», що робить його унікальним об'єктом. Це зумовлює необхідність вирізнення інформації та цифрових об'єктів, які тільки за формою свого існування є інформацією, але за правовою сутністю є відмінними [7, с. 44-45]. Підтримуючи таку позицію, хочемо зауважити, що цифровий контент, будучи фактично нематеріальним благом і сукупністю даних, так чи інакше не ототожнюється з іншими суміжними об'єктами цивільних прав.

Сьогодні у правовій доктрині можемо спостерігати деяке розширення поняття правової речі, тобто фактично речами починають визнавати матеріальні та ідеальні блага, які здатні задовольняти інтереси учасників обороту своїми корисними властивостями. Зокрема, цифровий контент, втілений у матеріальному носії, деякими вченими вважається об'єктом речових прав. Однак таке твердження є дещо спірним. Відтак ми маємо розуміти, що цифровий контент не може залежати від матеріального носія, а тому – правовий режим цифрового контенту і носія, в якому його втілено, мають різний правовий режим. Таким чином можна стверджувати, що цифровий контент може бути об'єктом немайнових та виключних майнових прав інтелектуальної власності, а носій, в якому втілений контент, - об'єктом речових прав. Для цифрового контенту носій має другорядне значення, а втрата його не призводить безпосередньо до втрати блага (цифрового контенту) [7, с. 46]. Погоджуючись із наведеними думками, хочеться наголосити на питанні співвідношення акаунту в Instagram і цифрового контенту, що у ньому втілений.

Виходячи з зазначених раніше визначень акаунту в соцмережі і веб-сторінки, можемо стверджувати, що фактично акаунт

не може мати матеріального вираження (уречевлення). Так, ним можна користуватися на комп'ютері чи мобільному пристрої у веб-браузері чи у спеціальних додатках, однак функціонування й існування акаунту абсолютно не залежить від матеріального носія, через який ми отримуємо до нього доступ. Умовно кажучи, продавши мобільний телефон, ми не продаємо свій Instagram-акаунт, у котрому авторизувалися через спеціальний додаток, бо можемо зробити це через будь-який інший пристрій у будь-якій точці світу. Саме тому, на наш погляд, до Instagram-акаунту, в якому міститься той чи інший цифровий контент, ми не можемо застосовувати режим речі і відчужувати його.

В той же час існує цікава іноземна практика щодо відчуження акаунтів у соцмережах, а саме – їх спадкування. Першим прецедентом стало прийняття в 2014 р. в штаті Делавер закону щодо фідучіарного доступу до цифрового майна (digital assets) та цифрових акаунтів. Вказаний акт під цифровим акаунтом розуміє «електронну систему для створення, генерування, відправлення, поширення, спілкування, отримання, зберігання, відображення, обробки інформації, який надає доступ до цифрового майна, що існує або може існувати, який зберігається на будь-якому цифровому пристрої незалежно від власності на такий цифровий пристрій, на якому цифрове майно зберігається, у тому числі, email акаунти, акаунти в соціальних мережах, страхові, фінансові, податкові та інші акаунти». Цифрове майно цей акт визначає як «інформацію, тексти, електронні листи, документи, аудіо, відео, зображення, контент соціальних мереж, записи про стан здоров'я, про страхування, комп'ютерні програми, ліцензії, бази даних, у тому числі імена користувачів та паролі, що створені, згенеровані, відіслані, отримані, поширені або збережені за допомогою електронних засобів або цифрових пристроїв» [4, с. 95]. Цікавим видається формулювання «цифрове майно», оскільки в українському законодавстві під майном розуміється, власне, об'єкт речових прав, щодо якого можуть застосовуватися усі правомочності власника.

Англійські дослідники Х. Конвей та Ш. Греттен, зазначають, що сьогодні відомі тільки об'єкти, які за загальним прави-

лом, належать до категорії «цифрове майно», і вони є абсолютно різноманітними: електронні листи і електронні скриньки, блоги, акаунти та профілі у соціальних мережах, цифрова музика, репозитарії цифрових фото та відео, банківські акаунти та інші фінансові інструменти, - тобто будь-які файли, що зберігаються або створюються на цифрових пристроях. Суттєвою проблемою є те, що цінність кожного виду цифрового майна буде істотно відрізнятися від іншого: деякі з них, як банківські акаунти та фінансові інструменти, доменні імена, будуть мати очевидну грошову цінність, тоді як інші, такі, як фотографії, електронні листи, листування у соціальних мережах, будуть мати лише емоційну або сентиментальну цінність для родичів користувача, чи бути об'єктами права інтелектуальної власності. Це зумовлює потребу здійснення класифікації таких об'єктів, поділу їх на категорії: наприклад за критерієм, чи є таке майно власністю, чи ні, оскільки очевидно, що не все цифрове майно є власністю у традиційному розумінні. Отже, на думку англійських дослідників, цифрове майно відрізняє від традиційного майна те, що володілець акаунту (особа, яку ми можемо кваліфікувати як власника) не обов'язково контролює кінцеву долю цього майна. Фактично доля цифрового майна на пряму залежить від умов угоди користувача, яка може залишати за оператором соціальної мережі право розпорядитися цим «майном» [4, с. 95].

До речі, Instagram у своїх Правилах та Умовах визначає, встановлює, що створений нами контент повністю належить нам, у зв'язку з чим в рамках угоди користувач надає Instagram дозволи, потрібні для надання Сервісу, а також ліцензію на його використання. Умовами встановлено, що коли користувач публікує контент, який є об'єктом права інтелектуальної власності (наприклад, фото або відео), в Сервіс або ділимося таким контентом, ми надаємо Instagram невиключну, безоплатну, діючу по всьому світу ліцензію з правом передачі і видачі субліцензій на зберігання, використання, поширення, зміну, запуск, копіювання, публічне виконання або показ, переклад нашого контенту і створення похідних робіт на його основі (відповідно до наших налаштувань конфіденційності та додатків). Дія ліцензії припиняється, коли

наш контент видаляється з систем Instagram. Ми, користувачі, можемо видаляти контент окремо або весь відразу, видаливши свій акаунт [3]. Отже, ми повністю розпоряджаємось немайновими та виключними майновими правами на контент, котрий публікуємо від свого імені в Instagram.

Досліджуючи правову природу Instagram-акаунту, потрібно повернутися до нашого структурного поділу цього акаунту на персональні дані (ім'я, дані для авторизації) та цифровий контент, що у ньому міститься. Отож, що стосується персональних даних, які вказуються володільцем акаунту, сьогодні в Європі з цього приводу постійно виникають дискусії. Прийняття GDPR з визначенням у цьому акті деяких повноважень володільців персональних даних, зокрема, можливості отримувати копії своїх даних, передавати дані від одного контролера до іншого, вимагати їх знищення тощо (ст. ст. 17, 20, 26 GDPR), дало підстави деяким дослідникам вважати, що тим самим підтверджується той факт, що персональні дані можна визнавати різновидом власності, оскільки вказані повноваження аналогічні повноваженням власника з користування, розпорядження, отримання доходів від належного їм нематеріального блага. Однак з такою позицією важко погодитися однозначно. Зокрема, французький юрист Ліонел Маурел у своєму блозі зазначає, що деякі повноваження, що надаються користувачам, помилково прирівнюються до форми приватної власності. Між тим, цей термін не використовується у Регламенті, у якому дані захищаються як атрибут особи, а не різновид майна [1, с. 62].

В той же час, звертаючись до норм ст. 2 Закону України «Про захист персональних даних», маємо сказати, що вітчизняне право не передбачає можливості відчужувати персональні дані шляхом продажу, безоплатної передачі у користування тощо. Закон застосовує категорію «розпорядник» і «володілець» персональних даних, що виключає можливість застосування категорії «власності» і речових прав щодо цих даних. Персональні дані є невідчужуваними і непорушними [8]. За аналогією можемо сказати, що персональні дані, котрі містяться в Instagram-акаунті не можуть бути об'єктом речових прав.

Висновки. Отже, на сьогодні попри будь-які спроби відчуження Instagram-акаунту на торговельних онлайн-платформах не мають відповідного правового регулювання. Закон сьогодні не передбачає можливості купівлі-продажу такого особливого об'єкта цивільних прав. В той же час потрібно розуміти, що основна особливість такого акаунту полягає в тому, що його слід розглядати і аналізувати комплексно, враховуючи наявність у ньому персональних даних, а також цифрового контенту, а ці два об'єкти мають абсолютно різне правове регулювання і різний правовий режим. В окремих випадках цифровий контент, що міститься в Instagram-акаунті, може бути відчужений при умові, що буде збережений окремо на матеріальному носії, однак в той же час цей контент сам по собі не залежатиме від матеріального носія і від самого акаунту і до нього буде застосовуватися режим об'єкта права інтелектуальної власності. Персональні дані, відповідно до своєї правової природи, також не можуть бути відчужені. Тому можемо зробити висновок, що Instagram-акаунт може бути об'єктом цивільних прав у різних своїх проявах, однак не може бути об'єктом речових правовідносин.

1. Некіт К.Г. *Поняття та правова природа акаунту в соціальній мережі. Часопис цивілістики.* 2018. № 30. С. 60–66.
2. *Цивільний кодекс України від 16.01.2003. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України.* 2003. № 40.
3. Білоголовий Я. *Розірвання шлюбу. Поділ акаунта Instagram.* URL: <https://blog.liga.net/user/ybilogolovyiy/article/38910> (дата звернення: 13.05.2025).
4. Некіт К.Г. *Деякі проблеми акаунтів у соціальних мережах як об'єктів цивільного обігу. Вісник Південного регіонального центру Національної академії правових наук України.* 2018. № 16. С. 91–97.
5. Саванець Л. М., Стахира Г. М. *Цифровий контент як об'єкт авторського права. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право».* 2019. Вип. 59, т. 1. С. 167–170.
6. Стахира Г. М. *Цивільно-правове регулювання обігу цифрового контенту: дис. ... д-ра філос. : 081 - Право. Тернопіль:ЗУНУ, 2020. 232 с.*
7. Трофименко Д.С., Федоренко Д.О. *Проблемні аспекти розуміння правової природи цифрового контенту. Juris Europensis Scientia. Вип. 1.* 2022. С. 43-47.

8. *Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 р. №2297-VI / Верховна Рада України. - Офіційний вісник України від 09.07.2010 р. – Офіц. вид. – 2010. - № 49. - Стор. 199, стаття 1604, код акту 51762/2010*

Башурин Н.Я. Instagram-акаунт як об'єкт цивільних правовідносин

Враховуючи сучасні реалії стрімкого прогресу інформаційних технологій, електронних професій, збільшення цифрового контенту, у цивільному праві в Україні з'являється необхідність належного правового регулювання нових об'єктів цивільних прав, котрі з'являються в обороті мало не щодня. Одним із таких об'єктів і є Instagram-акаунт.

Акаунти у соцмережах стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя, часто можна навіть зустріти у мережі оголошення про продаж акаунту в тій чи іншій соцмережі, а це зумовлює ряд питань, пов'язаних із визначенням правової природи такого об'єкту і взагалі його здатності бути відчуженим. Власне, на ці питання авторка намагається дати відповіді в межах наукової статті.

Під час дослідження правової природи Instagram-акаунту з'ясовано, що такий об'єкт повинен розглядатися комплексно, оскільки включає в себе такі складові, як персональні дані і цифровий контент. Персональні дані, згідно з національним законодавством, не можуть бути відчужені, оскільки визнаються нематеріальним благом. У свою чергу цифровий контент має дещо іншу правову природу і може відчужуватися тільки, будучи матеріально вираженням у матеріальному носії, однак в той же час цифровий контент абсолютно не залежить від форми свого вираження і від самого акаунту, в якому міститься, і може бути об'єктом прав інтелектуальної власності.

Ключові слова: об'єкт цивільних прав, Instagram-акаунт, соцмережа, цифровий контент, персональні дані, об'єкт права інтелектуальної власності.

Bashuryn N.Ya. Instagram account as an object of civil legal relations

In the conditions of rapid informatization of the society and our active communication and work on the Internet, accounts in social networks have become of great social and economic importance. Instagram today is a platform for the development of personal brands and commercial products. As a result, there are a number of problems with the civil turnover of Instagram accounts and the possibility of their alienation, which will be clarified in this scientific article.

During the investigation of the legal nature of the Instagram account, its definition and a list of key features were given. It has been found that a social network account is a complex concept and includes personal data and digital content. It is also stated that an Instagram account cannot be legally owned, only the use regime can be applied to it.

If we analyze the legal regime of the components of the Instagram account, namely - digital content and personal data, then the situation is even more interesting. Personal data cannot be alienated because it is a personal intangible asset from the point of view of civil law, and digital content is in fact the object of intellectual property law and can be alienated only when it is materialized on the media. At the

same time, keep in mind that ownership of a tangible medium of digital content, the right to digital content itself, and the right to an Instagram account are completely independent of each other.

The article also emphasizes the discrepancy between the de facto economic circulation of Instagram accounts and the absence of their recognition as independent objects of property rights under current civil legislation. In this regard, the author substantiates the need for further doctrinal discussion and potential legislative development aimed at adapting civil law to the realities of the digital economy.

Keywords: civil rights object, Instagram account, social network, digital content, personal data, intellectual property rights object.