

УДК 347.77:004.771

Некіт Катерина Георгіївна,

кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри цивільного права
Національного університету «Одеська юридична академія»

ПОНЯТТЯ ТА ПРАВОВА ПРИРОДА АКАУНТА В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

Постановка проблеми. Незважаючи на те, що сьогодні рідко можна зустріти людину, яка не мала б акаунту хоча б в одній соціальній мережі, вказане явище залишається поза межами правової реальності. На законодавчому рівні не визначено ані поняття, ані правової природи, ані особливостей правового регулювання акаунтів, тоді як деякі з них містять важливу інформацію та мають неабияку цінність для своїх володільців. Поступово створюється все більше можливостей для отримання прибутку з використанням акаунтів в соціальних мережах; непоодинокими є спроби купівлі-продажу та інших операцій з акаунтами; гостро стоїть питання про можливість передачі акаунтів у спадок тощо. Все це викликає потребу привернути пильну увагу до визначення особливостей правового регулювання дій, пов'язаних із акаунтами в соціальних мережах.

Стан дослідження. Попри очевидну наявність прогалин правового регулювання відносин, пов'язаних з акаунтами в соціальних мережах, все ще вкрай мало уваги приділяється їх дослідженню. Деякі міркування щодо правової природи та операцій з акаунтами висловлюють І. Томаров, Д. Гадомський, К. Мітягін, Р. Янковський, але безліч питань у цій сфері залишаються відкритими.

Мета дослідження. У зв'язку із наявністю перелічених проблем у статті робиться спроба визначити поняття та правову природу акаунтів в соціальних мережах, визначити підхід до правового регулювання відносин, пов'язаних із акаунтами в соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Передусім необхідно визначитись, що ми маємо розуміти під поняттям акаунт. Акаунт (від англ. account) є записом, який містить набір певних відомостей, що передаються користува-

чем певній комп'ютерній системі. Акаунти призначені для ідентифікації користувача, який входить у певну комп'ютерну систему, обліку його дій та збору статистики його поведінки в системі. Основними даними про користувача, що містяться в акаунті, є логін, email, пароль або інший спосіб аутентифікації [1].

За загальним правилом, акаунтом (обліковим записом, профілем) у соціальній мережі вважається особиста сторінка, на якій користувач розміщує особисту інформацію, викладає відео, аудіо та інші матеріали, за допомогою якої веде листування з іншими особами, та управління якою можливе лише після процедури авторизації шляхом введення відповідного логіну та пароля. Таким чином, фактично під акаунтом маються на увазі кілька складників: по-перше, це інформація для авторизації користувача (яка необхідна для ідентифікації його провайдером та включає в себе ім'я користувача та пароль, що являють собою строки символів), по-друге, акаунт пов'язаний із базою даних на сервері провайдера, у якій зберігається інформація з цього акаунту. Ця база даних зв'язує користувача з інформацією в соціальній мережі. Як зазначає Пржемислав Палка, це своєрідний кіберпростір в рамках кіберпростору – чиєсь особисте місце в рамках більш широкого контексту. З цієї точки зору він пропонує вважати акаунти цифровими об'єктами, які також виконують певні функції сервісу. До цього слід додати, що платформи він розглядає як сервіси (послуги), але не в традиційному розумінні цього поняття, він вважає їх скоріше кіберпростіром, у якому люди «присутні в цифровому вигляді» та набувають ліцензії на користування ним [2].

Зазначимо, що з урахуванням потреб цивільного обігу видається доцільним розрізняти в деяких випадках ці складники акаунту – іме-

ні користувача та інформаційного наповнення веб-сторінки, яка пов'язана з акаунтом. Такий підхід може бути пояснений тим, що в деяких випадках особу може зацікавити придбання саме імені користувача, оскільки, наприклад, раніше зареєстрований обліковий запис співпадає з назвою, скажімо, знов створеної фірми, яка зацікавлена мати саме цей запис у якості свого акаунту. Особа ж, яка зареєструвала свій акаунт раніше, цілком може бути згодна відчужити цей запис, попередньо видаливши всю інформацію профілю, яка не цікавить покупця. Водночас в деяких випадках покупця може цікавити весь профіль користувача з метою, скажімо, охоплення інформаційними/рекламними повідомленнями його підписників або з іншою метою. В такому разі об'єктом відносин буде весь акаунт, а не його окремих елемент. Крім того, варто зазначити, що акаунт може бути як об'єктом договірних (у разі його продажу, передачі в користування тощо), так і об'єктом деліктних правовідносин (у разі його незаконного захоплення або зламу).

Отже, акаунт у таких соціальних мережах, як Facebook, YouTube, Instagram, Google тощо, по суті, є веб-сторінкою (веб-сторінка – це інформаційний ресурс, доступний в мережі World Wide Web (Всесвітня павутина), який можна переглянути у веб-браузері [3]), 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. Це породжує питання про відповідальність власників акаунтів за дії, які вони вчиняють у соціальній мережі.

Визначення поняття веб-сторінки міститься у Законі України «Про авторське право та суміжні права», відповідно до якого веб-сторінка – це складова частина веб-сайту, що може містити дані, електронну (цифрову) інформацію, інші об'єкти авторського права і (або) суміжних прав тощо. Отже передусім у питаннях, пов'язаних із використанням акаунтів у соціальних мережах, слід керуватися вже існуючими правилами щодо правового регулювання веб-сторінок. Наприклад, це стосується питань відповідальності за інформацію, розміщену на веб-сторінці, зокрема, щодо порушення авторських прав. Так, якщо донедавна ще було дискусійним питання щодо того, хто є належним відповідачем у справі про захист авторського права [4, С. 72], і навіть існує позиція Пленуму ВГС України «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» від 17 жовтня 2012 р.

щодо того, що власники сайту, на якому було розміщено твори без надання дозволів згідно з законом визнаються порушниками авторського права [5], сьогодні ситуація змінилася. Останнім часом вже визнається той факт, що існують різні види веб-сайтів. Деякі з них, як, наприклад, соціальні мережі, надають користувачам можливість самостійно розміщувати інформацію на своїх веб-сторінках, а тому саме останні є відповідальними за порушення прав інтелектуальної власності. Зазначимо, що саме така позиція вже знайшла своє відображення у судовій практиці. Так, нещодавно Верховний Суд України постановив 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 Інтернет сторінці у соціальній мережі Facebook за гіперпосиланням твір, виключні майнові права на який належали позивачам [6].

Однак не всі акаунти у соціальних мережах пов'язані із веб-сторінками. Наприклад, акаунти у таких соціальних мережах, як Viber, Whatsapp, Telegram та інших, які прив'язуються до телефонного номеру, існують в рамках мобільних додатків та не відкриваються як веб-сторінки. Вони також і надають користувачам інші можливості, призначені для виконання інших функцій, тобто мають свою специфіку, яка має бути врахована і під час розробки особливостей правового регулювання пов'язаних із ними відносин. Наприклад, сьогодні є поширеними об'яви щодо продажу акаунтів в соціальних мережах – як у Фейсбуці, так і у Вайбері, але якщо припустити можливість їх продажу, то оформлення відносин купівлі-продажу того чи іншого акаунту буде мати свої особливості.

Таким чином, акаунти в соціальних мережах мають складну та відмінну одна від одної структуру, яка залежить від можливостей, що надаються тією чи іншою платформою. Спробуємо визначити, які елементи можна виділити в структурі акаунту в такій соціальній мережі, як, наприклад, Facebook. Передусім це, як зазначалось, ім'я та пароль як спосіб авторизації користувача, по-друге, це інформація, яка розміщується на своїй особистій сторінці користувачем. Це можуть бути як чужі твори, тоді при їх розміщенні користувач зобов'язаний не порушувати авторських прав, так і власні твори користувача, тоді вони підпадають під охорону авторським правом. Щоправда, для користувачів деяких соціальних мереж, зокрема і Facebook, їх розробники встановлюють певні внутрішні правила, які надають їм права корис-

тування всіма творами, що розміщується користувачами. Говорячи про такі неосяжні можливості розробників соціальних мереж, які дозволяють їм також блокувати чи видаляти акаунт, в контексті прав користувачів на їхні акаунти як цифрові об'єкти та відповідно об'єкти віртуальної власності, Пржемислав Палка нагадує про так звану «цифрову силу» (digital force) [7]. Це своєрідне встановлене внутрішніми умовами користування соціальними мережами право їх розробників, яке надає їм повноваження контролю та навіть розпорядження акаунтами користувачів і яке, слід вказати, останнім часом широко критикується, особливо в контексті можливостей деяких компаній видаляти акаунти у разі їх тривалого невикористання або смерті користувача. Ще одним елементом, який можна виділити в структурі акаунту, є листування, яке ведеться користувачем та, очевидно, має підпадати під загальні правила про таємницю листування, закріплені у ст. 31 Конституції України, ст. 163 ЦК України тощо. Крім того, акаунт нерозривно пов'язаний із особистими даними користувача, які ним вказуються, а тут вже виникає питання захисту персональних даних. До таких, відповідно до ст. 2 Закону України «Про захист персональних даних», належать відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована. Деталізацію того, які саме відомості щодо фізичної особи сьогодні підпадають під особливий захист можна знайти у нещодавно прийнятому, але дуже резонансному акті – General Data Protection Regulation (GDPR) [8], в якому визначено, що до таких відомостей слід, зокрема, відносити ім'я, електронну адресу, місцезнаходження людини, стать, професію та інші (значну частину з них більшість людей вказує під час реєстрації в соціальних мережах).

Таким чином, в правовому регулюванні відносин, пов'язаних із акаунтами, перетинаються норми договірного права (правила користування акаунтами, розроблені соціальною мережею), права інтелектуальної власності, положення про захист приватності особи, майнові права. З урахуванням вказаного пропонуємо розрізнити правовий режим окремих елементів акаунту та спробуємо визначити правовий режим акаунту у цілому, відповідаючи на питання, чи може він бути розглянутий як об'єкт особливого різновиду права власності (права віртуальної власності) та бути об'єктом правочинів, спрямованих на його відчуження/передачу в користування третім особам.

Насамперед увагу привертають ті самі персональні дані, які вказуються володільцем акаунту, з точки зору можливостей їх продажу (у складі акаунту чи окремо). 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 [9].

Проте така позиція, відповідно до якої персональні дані розглядаються як різновид власності, піддається критиці. Так, французький юрист Ліонел Маурел у своєму блозі зазначає, що у вищевказаному дослідженні 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. Водночас формулювання GDPR породжують питання про можливість продажу персональних даних третій особі і про те, чи можна вважати такі правочини дійсними. Автор пропонує проаналізувати ситуацію, коли людина хоче продати свої особисті дані третій особі, що, на його думку, є можливим на підставі ст. 6 GDPR, згідно з якою «обробка законна лише в тому випадку, якщо суб'єкт погодився на обробку своїх персональних даних», відповідно, зацікавлений у такій обробці суб'єкт може бути готовим сплачувати кошти за надання згоди на обробку. Однак у зазначеній статті вказано, що згода дається «для однієї або кількох певних цілей». Отже, на відміну від продажу товару, що припускає реальну передачу права власності, компанія, яка збирає персональні дані, буде зобов'язана вказувати цілі, з якими вони передаються. Таким чином, на думку автора, така ситуація вже скоріше нагадує не купівлю-продаж, а надання певної ліцензії, схожої з наданням дозволу у питаннях, пов'язаних із авторськими правами, але таке порівняння теж не зовсім актуальне, оскільки цесія прав третій особі є неможливою з точки зору особистих даних. Крім того, згідно з GDPR користувач може відізвати свою згоду в будь-який час, що є неможливим у разі передачі авторських прав. Отже, відбувалася

б не купівля чи поступка, а скоріше оренда, причому дуже ненадійна, оскільки вона може бути в будь-який момент відізвана. Такі обмеження ускладнюють для покупця і перепродаж третім особам, навіть якщо дані були передані з цією метою, оскільки такі треті особи повинні знову ж таки фіксувати цілі передачі даних та отримувати згоду користувача, повертаючись до нього. Такий ланцюг отримання згоди для перепродажу в цілому не є неможливим, але його складно забезпечити з точки зору забезпечення безпеки операцій. Тому в США, наприклад, вже існують компанії, які позиціонують себе як «брокери персональних даних» та виступають посередниками між особами, які довіряють їм свої дані та третіми особами, які бажають їх придбати. Така модель не є неможливою в рамках GDPR, однак посередник повинен буде кожного разу отримувати згоду фізичної особи на кожну транзакцію, вказуючи йому точні цілі, для досягнення яких третя особа бажає отримати його дані. Однак якщо врахувати концепцію «вільної згоди», у трактуванні якої є тенденція розуміти згоду як «безумовну», а отже, не пов'язану ані з застосуванням санкцій, ані з виплатою винагород, то можна дійти висновку, що у разі, якщо таке трактування буде офіційно прийняте, навіть за наявності згоди особи на використання третьою особою її персональних даних, вона не зможе їх передати за винагороду, такий правочин буде вважатися недійсним. Отже, такий підхід буде рівнозначним твердженню, що персональні дані знаходяться «поза торгівлею» та не можуть бути перетворені на товари [10].

Зазначимо, що питання, чи може бути право власності на персональні дані в українських реаліях, відсилає до давньої дискусії про право власності на інформацію (оскільки персональні дані є різновидом інформації). Сьогодні відповідь на це питання негативна, інформація розглядається як окремий об'єкт цивільних прав, і на відносно щодо інформації не поширюються норми про право власності.

Проти розуміння інформації як різновиду власності виступають й англійські дослідники. Так, колишній суддя апеляційного суду Дж. Маммері у своїй роботі «Property in the Information Age», аналізуючи справу *Fairstar Heavy Transport NV v Adkins* щодо можливості заявляти вимоги власника на зміст електронних ділових листів, які зберігалися в комп'ютері відповідача, та низку інших справ стосовно інформації, доходять висновку про неможливість вважати інформацію різновидом власності. Він не виключає можливість по-

ширення правового режиму власності на інформацію в майбутньому, але на сьогодні не бачить для цього підстав. (У якості єдиного виключення наводиться справа *Tucows v Renner*, де предметом судового розгляду було недобросовісне використання доменного імені. Справу було вирішено на користь позивача, при цьому було зазначено, що доменне ім'я є особистою власністю, частиною нематеріальних активів (*intangible property*) позивача, і більше, ніж просто інформація [11]. Цей висновок є важливим в контексті нашого дослідження, тому вважаємо за необхідне відзначити його).

Проміжну позицію у питанні співвідношення власності та інформації займає П. Палка. Він висловлює слушну думку про необхідність розрізняти інформацію (*data*) як форму та інформацію як зміст. Автор підкреслює відмінності між цифровою формою (як електронна книга замість реальної (*tangible*) книги) та інформацією як знанням, яке може зберігатися у матеріальній формі, наприклад, на папері. Аналізуючи в такому світлі роботу Дж. Маммері, П. Палка зазначає, що якщо припустити, що наведена справа про витребування інформації, що містилася в електронних листах, мала місце років 30 тому, то в ній ішлося б не про витребування інформації, а про витребування паперових листів, тобто матеріальних предметів, які знаходяться у чужому володінні, а питання про інформацію, яка є змістом цих паперових листів взагалі б не підіймалося. Проблема виникає тому, що електронні листи одночасно і вміщують інформацію, і самі по собі є інформацією у тому сенсі, що складаються з бітів, тобто існують як інформація, але в сенсі «інформаційної технології», а не «інформаційної асиметрії» [7] (інформаційна асиметрія – це ситуація, при якій одна з груп учасників ринку володіє необхідною для ведення своїх справ інформацією, а інша не володіє) [12]. Отже, інформація сьогодні має подвійну природу і може розглядатися і як зміст, і як носій, тобто форма. І якщо питання про «право власності» на інформацію як знання (тобто персональні дані) сьогодні ще є об'єктом дискусій, яким би чином це питання не було вирішено, слід розрізняти власність на інформацію як знання та власність на цифрові об'єкти, які тільки за своєю формою є інформацією.

Висновки. Керуючись зазначеним підходом, візьмемо на себе сміливість дійти висновку про можливість розглядати акаунти як таку ж форму зберігання інформації, як паперова. Тут можна провести також аналогію між письмовою та електронною формою правочинів – так, певний час

існувала невизначеність у розумінні правової природи електронного правочину, але сьогодні електронна форма правочину прирівняна до письмової (ст. 205 ЦК України). Так само і акаунт можна розглядати як цифровий об'єкт, особливий об'єкт права власності (можливо, особливо-го різновиду права власності – права віртуальної власності) за аналогією з матеріальними носіями інформації. На користь такого висновку слугує й розуміння правової природи доменних імен, яке сьогодні сформувався у світовій практиці (див. вказану вище позицію англійських судів щодо розуміння доменного імені як різновиду майна, справу *Kremen v. Cohen*, яка демонструє розуміння доменного імені як особистої власності у судовій практиці США, справу *Raeffgen GmbH v. Germany*, розглянуту ЄСПЛ, яка ілюструє можливість розуміння доменного імені як об'єкту права власності в значенні ст. 1 Протоколу №1 до Конвенції про захист прав людини і основних свобод

[13, 14]. Якщо визнати за акаунтом економічну цінність (а вона існує, оскільки якщо існує попит на акаунти, то існує й корисність товару) та, відповідно, об'єктом права власності у значенні ст. 1 Протоколу №1 до Конвенції про захист прав людини і основних свобод, це дозволить володільцям акаунтів укладати правочини, спрямовані на відчуження/передачу в користування особистих акаунтів. Щоправда, тут виникає проблема визначення долі таких його елементів, як персональні дані та листування. На сьогодні відчуження персональних даних видається неможливим, тому під час передачі акаунту персональні дані, листування та інша інформація особистого характеру підлягатиме видаленню. Та й взагалі під час укладення договору, спрямованого на відчуження акаунту, з урахуванням його комплексного характеру, варто вказувати долю всіх його окремих елементів (що саме передається у складі акаунту) за аналогією з відчуженням веб-сайтів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Акаунт. URL: <https://wiki.rookee.ru/akkaunt/>
2. Przemyslaw Palka. Virtual property: towards a general theory. URL: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/49664/Palka_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0>.
4. Некіт К.Г. Веб-сайт як комплексний об'єкт цивільних прав. Часопис цивілістики. Спецвипуск ІТ-право. 2017. № 26. С. 69–74.
5. Постанова Пленуму ВГС України «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» від 17 жовтня 2012 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/v0012600-12>.
6. Постанова Верховного Суду України від 13 березня 2018 р. у справі № 918/186/17. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/72763168>.
7. Przemyslaw Palka. Virtual property: towards a general theory. URL: http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/49664/Palka_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
8. Regulation EU 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection on natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data and repealing Directive 45/46/EC (General Data Protection Regulation). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>.
9. My data are mine. Why we should have ownership rights on our personal data: report. URL: <https://www.generationlibre.eu/wp-content/uploads/2018/01/Rapport-Data-2018-EN-v2.pdf>
10. Le RGPD interdit-il aux individus de «vendre» leurs données personnelles? URL: <https://scinfolex.com/2018/05/12/le-rgpd-interdit-il-aux-individus-de-vendre-leurs-donnees-personnelles/>.
11. John Mummery. Property in Information Age in Barr (ed). Modern studies in Property Law, vol 8 (Bloomsbury 2015).
12. Информационная асимметрия. URL: <http://www.economicportal.ru/ponyatiya-all/informaonnaya-assimetriya.html>.
13. Некіт К.Г. Доменне ім'я як об'єкт цивільних прав. Часопис цивілістики. 2017. № 23. С. 40–45.
14. Некіт К.Г. Правовий статус криптовалют в Україні та у світі. Юридичний науковий електронний журнал. 2018. № 1. С. 40–42. URL: http://lsej.org.ua/1_2018/12.pdf.

Некіт Катерина Георгіївна

ПОНЯТТЯ ТА ПРАВОВА ПРИРОДА АКАУНТА В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ

У статті зроблено спробу визначити поняття та правову природу акаунтів у соціальних мережах, підхід до правового регулювання відносин, пов'язаних із акаунтами в соціальних мережах. Визначаються складові частини акаунтів у соціальних мережах, аналізується зв'язок акаунтів у соціальних мережах із веб-сторінками. Розглядається проблема кваліфікації персональних даних як різновиду права власності з урахуванням іноземної судової практики та положень GDPR (Загального регламенту захисту даних). Зроблено висновок про можливість кваліфікації акаунтів у соціальних мережах як особливого об'єкту права власності.

Ключові слова: акаунт, соціальні мережі, персональні дані, право власності, GDPR, веб-сторінка, віртуальна власність.

Некит Екатерина Георгиевна

ПОНЯТИЕ И ПРАВОВАЯ ПРИРОДА АККАУНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

В статье сделана попытка определить понятие и правовую природу аккаунтов в социальных сетях, подход к правовому регулированию отношений, связанных с аккаунтами в социальных сетях. Определяются составные части аккаунтов в социальных сетях, анализируется связь аккаунтов в социальных сетях с веб-страницами. Рассматривается проблема квалификации персональных данных как разновидности права собственности с учетом иностранной судебной практики и положений GDPR (Общего регламента защиты данных). Сделан вывод о возможности квалификации аккаунтов в социальных сетях как особого объекта права собственности.

Ключевые слова: аккаунт, социальные сети, персональные данные, право собственности, GDPR, веб-страница, виртуальная собственность.

Nekit Kateryna

THE CONCEPT AND LEGAL NATURE OF THE ACCOUNT IN SOCIAL MEDIA

In this article the concept and the legal nature of accounts in social media are defined. Approach to a legal regulation of the relations connected to accounts in social media is defined. It is noted that in legal regulation of the relations connected to accounts standards of the contract law (terms of use developed by social media), intellectual property rights, regulations on protection of privacy of the person, property rights are crossed.

Components of accounts in social networks are distinguished. It is offered to distinguish in structure of accounts such elements as a user name and a password, information on the page posted by the user, correspondence, personal data. In certain cases it makes sense to separate subscribers in the structure of the account.

The correlation between accounts in social media and web pages is also analyzed in the article. The question of responsibility of the user for information posted on his page in social media is considered. The conclusion is drawn that violation of intellectual property rights due to the fact it was posted on user`s page in social media without permission leads to the responsibility of the user not of the owner of the website.

The problem of qualification of personal data as kind of the property right taking into account foreign jurisprudence and provisions of GDPR (General Data Protection Regulation) is analysed. It is noted that some provisions of GDPR concerning rights of the personal data owners to demand their removal, copy, a possibility of data transmission from one controller to another, given the chance to some researchers to speak about possibility to consider personal data as a type of property. However the developed jurisprudence and the detailed analysis disprove an opportunity to qualify personal data as a kind of property.

The conclusion is drawn on a possibility of qualification of accounts in social media as forms of storage of information and as special object of the property right. The question of emergence of a special type of the property right – the so-called right of virtual property is brought up.

Key words: account, social media, personal data, property right, GDPR, web page, virtual property.