

## ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО І ПРОЦЕС; СІМЕЙНЕ ПРАВО

УДК 347.1

**О. П. Гуйван**

здобувач кафедри цивільного права і процесу  
Харківського національного університету внутрішніх справ

### ЦИВІЛЬНИЙ ЗАХИСТ ПРИВАТНОПРАВОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ОСОБИ

*Праця присвячена дослідженню окремих інформаційних відносин, які безпосередньо як у регулятивному, так і в охоронному стані опосередковуються юридичними механізмами приватного права. Проаналізовано зміст інформаційних відносин і особливості їхнього регулювання у сфері цивільного обороту товарів, послуг і робіт, а також взаємозв'язок інформації з публічним обігом об'єктів права інтелектуальної власності. Виявлено схожі та відмінні особливості вказаних правовідносин.*

**Ключові слова:** інформація про товар, реклама, об'єкти творчої діяльності.

**Постановка проблеми.** Наразі й національне законодавство, і правозастосовна практика не в змозі чітко відмежувати інформацію як об'єкт правовідносин від інших споріднених об'єктів. Тож тим більш вагомими й актуальними є доктринальні дослідження, спрямовані на вивчення юридичної сутності інформації, формування юридичних механізмів регулювання різноманітних відносин в інформаційній сфері, чітке встановлення кола відповідних взаємин, визначення їхнього суб'єктного складу й змісту. Законодавство визначає інформацію як відомості про предмети, осіб, події, явища, процеси та факти, незалежно від форми їхнього вираження. Такий підхід загалом ґрунтується на нормах Закону «Про інформацію» й на інших основних законодавчих актах, що регулюють переважно публічно-правові за своєю сутністю інформаційні відносини. Сама інформація як об'єкт взаємин має нематеріальний характер, але фіксація відомостей може здійснюватися на конкретних матеріальних носіях, як паперових, так і електронних, магнітних тощо. При цьому документ – це матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання в часі та просторі. У такій іпостасі інформація може вільно обертатися, поширюватися та використовуватися, необмежено споживатися, утілюючись у різноманітних проявах.

Такий оборот інформації та відповідних ресурсів не впливає на визначальні властивості зазначеного об'єкта матеріальних відносин і не змінює їх. Як бачимо, чинне законодавство в цій царині регулювання не має цілісної концепції, будучи досить суперечливим. В одних випадках воно наголошує виключно на нематеріальній характеристиці інформації як правового явища, в інших – ідеться про документовану інформацію, яка є елементом обороту, а отже, може мати матеріальний зміст. Також у загальних нормативно-правових актах, що є джерелом інформаційного регулювання, практично не врегульовані приватноправові інформаційні відносини, які реально відбуваються в суспільстві й мають дуже важливе значення для забезпечення цивільного обігу. Отже, залишається неврегульованим аспект оборотоздатності інформації.

Інформаційні відносини відбуваються в усіх без виключення аспектах життєдіяльності й забезпечують можливість реалізації інших прав і свобод особи, включаючи й особисті нематеріальні блага. Недарма ст. 19 Загальної декларації прав людини наголошує, що кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань і свободу шукати, одержувати й поширювати інформацію й ідеї будь-якими засобами й неза-

лежно від державних кордонів [1]. За правилом ст. 177 Цивільного кодексу України (далі – ЦКУ) інформація є одним із об'єктів цивільних прав поряд із такими об'єктами, як речі, зокрема гроші та цінні папери, інше майно, майнові права, результати робіт, послуги, результати інтелектуальної, творчої діяльності й інші матеріальні й нематеріальні блага. Загальні засади юридичного опосередкування інформаційних відносин прописані у ст. 302 ЦКУ. Крім того, виходячи з буквального тлумачення Цивільного кодексу, безпосередньому регулюванню підлягають також механізми спростування недостовірної інформації (ст. 277), заборона поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права (ст. 278), право на інформацію про стан свого здоров'я (ст. 285), право на таємницю про стан здоров'я (ст. 286), право на особисте життя та його таємницю (ст. 301), право на ознайомлення з особистими паперами, які передані до фонду бібліотек або архівів (ст. 305), право на таємницю кореспонденції (ст. 306), захист і охорона інтересів фізичної особи під час проведення фото-, кіно-, теле- та відеозйомок (ст. ст. 307–308), охорона комерційної таємниці органами державної влади (ст. 507). Окремі приватноправові механізми регулювання та захисту інформаційних відносин містяться у ст. ст. 659, 688, 690, 699, 767, 769 ЦКУ та багатьох інших, у спеціальних Законах («Про захист прав споживачів», «Про рекламу» тощо).

Українське національне законодавство відносить інформацію до категорії особистих нематеріальних благ особи (ст. 200 ЦКУ). У літературі часто кваліфікують інформацію як елемент результатів інтелектуальної творчості [2, с. 676–677]. Між тим, досліджуючи цей об'єкт саме у вказаних межах, неодмінно маємо відзначити його більш широку юридичну природу порівняно з іншими нематеріальними благами. Скажімо, на відміну від повноважень особи, що наділена нематеріальними природними правами, такими, як право на життя, особисту свободу, честь, гідність, авторство, свобода літературної, художньої, наукової й технічної творчості тощо, носій інформаційних прав, будучи уповноваженим здійснювати їх на свій розсуд, усе ж повинен дотримуватися правил, установлених у ст. 13 ЦКУ щодо необхідності утримуватися від дій, які могли б порушити права інших осіб, завдати шкоди довіллю або культурній спадщині, дотримуватися моральних засад суспільства та не допускати використання цих прав із

метою неправомірного обмеження конкуренції, зловживання монопольним становищем на ринку, а також недобросовісної конкуренції. Недотримання інформаційних прав стосовно не надання запитуваної чи навпаки, неправомірне поширення конфіденційної інформації може призвести до порушень прав і основоположних свобод особи, становити незаконне втручання в особисте та сімейне життя. У разі розгляду подібних заяв Європейським судом із прав людини це може потягнути відповідальність конкретної держави-відповідача, яка не забезпечила належного дотримання вимог Конвенції про захист прав людини й основоположних свобод на своїх теренах.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питання приватноправового регулювання інформаційних відносин у суспільстві були висвітлені в працях таких науковців, як І. Чиж, Є. Захаров, В. Цимбалюк, О. Кохановська, Я. Гонцяж, П. Лютікова, Р. Калюжний, В. Копилов, Г. Почепцов, І. Бачило, І. Рапп, М. Фігель та інші. Але ці роботи все ж акцентували увагу на тих інформаційних відносинах, які опосередковувалися цивільно-правовим інструментом юридичного захисту в разі відповідного правопорушення, а в регулятивному стані перебували під регуляторним впливом актів публічно-правового характеру. Переважно аналізувалися основні засади доступу до інформації, поширення відомостей у ЗМІ, проблеми охорони державної таємниці тощо.

**Метою статті** є аналітичне дослідження стану національного законодавства у царині приватних інформаційних відносин, таких, як обіг інформації під час укладення й виконання договорів, зокрема у споживацькій сфері, і під час регулювання питань оприлюднення та надання інформаційного доступу до об'єктів інтелектуальної творчості. У праці встановлюється відмінність між проявом інформації як специфічного окремого явища та її класифікацією в якості елемента нематеріальних благ.

**Виклад основного матеріалу.** Інформація як об'єкт цивільних прав може розглядатися не лише як особисте немайнове благо, а й як результат творчої інтелектуальної діяльності та як інформаційний продукт, ресурс, документ, тобто об'єкт, який може бути інформаційним товаром і предметом будь-яких правочинів з урахуванням особливостей і специфіки його як об'єкта особливого роду [3, с. 3–4]. Інакше кажучи, у площині приватноправових інформаційних від-

носин інформацію, що перебуває в цивільному обороті, можемо розділити на засоби індивідуалізації суб'єктів матеріального цивільного обігу, товарів, робіт, послуг і на результати творчої діяльності (об'єкти авторського, суміжного й патентного права, комерційна таємниця). Також окремо маємо розглядати такі види інформації, які становлять об'єкт регулювання правилами публічного права (нематеріальні інтереси особи, державна та службова таємниця), до яких застосовується цивільно-правовий режим юридичного захисту. Особливо відділяються інформаційні відносини від особистих нематеріальних благ та інтелектуально-правових взаємин у сфері надання відомостей у споживацькому середовищі. Продавець мусить повідомити покупця про низку обставин, пов'язаних із якістю, особливими властивостями, загрозами товару, тому реклама про товар як інформаційний ресурс має бути правдивою та повною. Серед правопорушень у цій сфері окремо визначаються такі, як приваблювання покупців різними протиправними засобами (занижені ціни, протиставлення початкових і знижених цін у вітринах і преїскурантах, дезінформація в рекламі про престиж і репутацію продавця, спотворення відомостей про споживчі властивості товару, поширення відомостей про конкурентів, що шкодить їхній діяльності). За визначенням ст. 1 Закону України «Про рекламу» недобросовісною вважається реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця й способу розповсюдження.

Як бачимо, недостовірність чи неповна інформація є серйозним посяганням на основоположні права й свободи особи. При цьому одна з головних загроз – можливість введення споживача товарів в оману шляхом доведення саме такої дефектної інформації. У ст. 5 Закону України «Про захист прав споживачів» указується, що держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань із питань реалізації їх прав, а ст. 19 цього Закону забороняє здійснювати підприємницьку практику, що вводить споживача в оману. Стаття 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначає, що поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначено-

му колу осіб, зокрема й у рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули чи можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання. Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які містять неповні, неточні чи неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну й знижки на них, а також про істотні умови договору; містять неповні, неточні чи неправдиві відомості про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання; приписують їм повноваження та права, яких вони не мають, або відносини, в яких вони не перебувають; містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації. У разі подібного правопорушення судовий захист споживчих прав здійснюється в індивідуальній формі шляхом поновлення позивача, який є безпосереднім споживачем продукції чи послуг, у правах або відшкодування збитків, заподіяних порушенням прав суб'єкта [4, с. 64].

Однією з найважливіших є належна інформація про якість товару, який придбавається. Товаром неналежної якості вважається товар, що має конструктивні, виробничі, рецептурні чи інші недоліки або ознаки фальсифікації. У ст. 1 Закону України «Про вилучення з обороту, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної й небезпечної продукції» вказується, що до такої продукції належить така продукція: якій із метою збуту споживачам виробником (продавцем) навмисне надані зовнішній вигляд і/або окремі властивості визначеного виду продукції, але яка не може бути ідентифікована як продукція, за яку вона видається; під час маркірування якої порушені встановлені законодавством вимоги щодо мови маркірування і/або щодо змісту й повноти інформації, що повинна при цьому повідомлятися. Логічно, що особа, котра передає товар у власність чи користування іншому суб'єктові, мусить проінформувати його про відомі їй недоліки товару.

Таке правило, наприклад, передбачено під час передання речі в найм (ст. 767 ЦКУ). Як певний недолік приватного законодавства ми вбачаємо відсутність подібного припису для продажу майна. Але це жодним чином не означає, що споживач вправі вимагати відповідальності контрагента лише тоді, коли неналежна якість продукції була обумовлена продавцем під час покупки, і не позбавляє покупця права висунути претензії з приводу виявлених недоліків, що не були обговорені договором [5, с. 125]. Більше того, закон узагалі не передбачає необхідності доводити поінформованість продавця про недоліки проданої речі. Він про них міг і не знати, адже якщо продавець знав про них, варто очікувати, що він повідомить про це покупця й продасть йому річ за зниженою ціною як неповноцінну, і це позбавляє покупця права стверджувати, що він придбав річ неналежної якості.

У сфері споживацьких взаємовідносин терміни «інформація» та «реклама» досить близькі за змістом, їх часто ототожнюють. Але вони мають певні відмінності. Реклама застосовується в ринкових відносинах, вона спрямована на те, щоб формувати та підтримувати інтерес до продавця, товарів, ідей, починань, сприяти їхній реалізації [6, с. 18], тоді як інформація – більш широке явище, яке містить значний спектр відомостей і знань, зокрема й рекламного характеру. Не вважається рекламою розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, де цей товар реалізується чи надається споживачеві. Крім того, вираз «уявлення», притаманний рекламі, охоплює не тільки інформацію, а й замовчування про неї. Таким чином, може статися, що реклама містить умовчання про інформацію, а не саму інформацію [7, с. 130]. Згідно з європейськими правилами в окремих випадках умовчання про певні ознаки товару може кваліфікуватися як недобросовісна реклама [8]. Але ці два явища (інформація про товар і реклама) мають спільне призначення: вони спрямовані на надання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого й компетентного вибору.

Аналіз інформації як об'єкта цивільно-правової охорони неможливий без визначення місця правових норм щодо охорони інформації в межах системи цивільно-правових інститутів. Як уже вказувалося, у цій площині актуальним є питання про співвідношення інформації й об'єктів права інтелектуальної власності.

У літературі із цього приводу має місце певна полеміка, яка відтворює різне бачення інформації як об'єкта приватного права. При цьому підкреслюється характер інформації як особливого немайнового блага, що може виражатися як у вигляді особистих благ фізичної особи, так і в якості результату творчої діяльності; виділяється здатність цього об'єкта бути предметом договірних і позадоговірних зобов'язань. Тому одні дослідники вважають, що інформація та результати інтелектуальної творчості є окремими об'єктами цивільних прав [9, с. 136], а їхнє юридичне забезпечення має здійснюватися різним правовим інструментарієм. Звісно, цей підхід ураховує інформаційну природу результатів творчої діяльності, проте формально наголошується на фактично відмінній сутності інформації та результатів творчої діяльності [10, с. 25].

Інші науковці визначають інтелектуальні права як різновид інформаційних ресурсів, а творчу діяльність кваліфікують як інформаційний процес [11 с. 101–102]. При цьому інформація в системі цивільного права постулюється як окремий об'єкт правової охорони та як результат творчої діяльності, що охороняється системою права інтелектуальної власності. Як вважається, інформаційні відносини, що виникають під час виробництва, передачі, поширення та споживання інформації, що створюється в порядку здійснення свободи думки й слова, літературної, художньої, наукової, технічної й інших видів творчості, можуть бути врегульовані юридичним інструментом, покладеним в основу забезпечення інституту інтелектуальної власності. У такий спосіб пропонується визнати первинність інституту інтелектуальної власності для регулювання інформаційних відносин.

У той же час окремі прихильники такої концепції органічного зв'язку між інформацією й результатами творчої діяльності, навпаки, наголошують, що базою для регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності має слугувати інформаційне законодавство. Вони пропонують законодавчо закріпити результати творчості як особливий вид інформації, адже схожість коментованих відносин створює можливість додаткового захисту права на результати творчої діяльності механізмами інформаційного законодавства. Іншими словами, виникає подвійний захист прав суб'єкта інтелектуальної власності: форма може бути захищена режимом твору, а зміст – патентним режимом. Виникає модель подвійного (а часом і потрійного) захисту: права

на документ, на пакет документів як на результат виконаної роботи й прав автора на форму інтелектуальної авторської праці – твір, а за певних умов – і на захист ідеї, вираженої в цьому комплексі документів [12, с. 396–397]. Такий підхід дозволяє не протиставляти інформацію й об'єкти інтелектуальної власності, а підкреслює їхню взаємопов'язаність; результати інтелектуальної, творчої діяльності як різновид інформації підпадають під охорону інформаційного законодавства, і навпаки, інформаційні правовідносини можуть регулюватися та захищатися способами захисту права інтелектуальної власності, а інтелектуальні права – опосередковуватися нормами інформаційного законодавства.

Попри те, що зазначені розбіжності мають певний науковий інтерес, усе ж дослідники питання єдині в тому, що основою регламентації й інтелектуальної власності, і інформаційних відносин має бути приватноправовий регулятивний механізм. При цьому можемо констатувати, що коло інформаційних взаємин у суспільстві є, звичайно ж, більш широким, ніж інтелектуально-правових. Практично будь-який об'єкт творчості є результатом інтелектуальної діяльності людини, отже, він має інформаційний характер, натомість інформація не завжди є результатом творчості, який може кваліфікуватися як об'єкт інтелектуальної власності. Але за сучасного стану інформаційного права не можна не враховувати, що стан сформованості юридичних механізмів охорони результатів творчості та захисту суб'єктивних прав їх творців перебуває наразі на більш високому рівні [13, с. 17]. Тому закономірним є субсидіарне застосування інтелектуально-правових механізмів опосередкування інформаційних відносин, зокрема у сфері їхньої охорони. Натомість належне й ефективне регулювання інформаційних відносин має стати основою для подальшого розвитку інших інститутів цивільного права, пов'язаних з інформаційними проявами (права інтелектуальної власності й особистих немайнових прав фізичної особи).

Той факт, що інформаційні й інтелектуально-правові відносини не слід ототожнювати, яскраво проявляється під час аналізу правового інструментарію їхньої охорони та захисту. Візьмемо, наприклад, приписи деліктного законодавства щодо відшкодування нанесеної правопорушенням шкоди. За загальним правилом, під шкодою розуміється зменшення чи знищення майнових або особистих немайнових (осо-

бистих) благ, що охороняються законом. Шкода може бути завдана внаслідок порушення прав інтелектуальної власності в процесі поширення інформації (виробництва реклами, порушення прав інтелектуальної власності на рекламу, недостовірної та неправдивої інформації про твір, використання незаконних методів і способів оприлюднення об'єктів авторського чи патентного права тощо). Майнова шкода обчислюється та виражається в грошовій формі, яка полягає в зменшенні майнового стану потерпілого, у витратах, що необхідні для відновлення попереднього стану особи, в упущеній вигоді, тобто доходах, які особа могла б реально отримати, якби її право не було порушене (ст. 22 ЦКУ).

Але предмет правового регулювання деліктно-правових норм у царині обороту інформації значно ширший. Він може охоплювати еквівалентно-компенсаторні механізми відшкодування шкоди за неправомірну відмову в наданні публічної інформації, за дифамацію (поширення завідомо неправдивих і образливих відомостей), порушення прав і свобод особи в процесі інформаційної діяльності, порушення державної, особистої, службової та комерційної таємниці в процесі діяльності; порушення вимог закону щодо мови в ефірі, порушення порядку розміщення та розповсюдження інформації. І в цих відносинах проявляється особливість деліктної відповідальності, яка полягає в значно ширшому застосуванні санкцій за так званій «делікт створення загрози». Інакше кажучи, окремі інформаційні посягання можуть потягти відповідальність не лише за спричинену де-факто шкоду, а й за загрозу її заподіяння, переносючи охоронно-правові повноваження правомочної особи на більш ранній етап, забезпечуючи превентивний захист щодо усунення наявного реального ризику, адже поширення неправдивих відомостей про особу, недостовірної інформації про товар часто можуть призвести до негативних наслідків.

Також різними є режими доступу до інформації й об'єктів інтелектуального права. Так, творець має виключне право дозволяти іншим особам користуватися його творчим доробком. Але, скажімо, за правилом ст. 30 Закону України «Про охорону прав на винаходи й корисні моделі», коли винахід (корисна модель) не використовується чи недостатньо використовується в Україні протягом трьох років починаючи від дати публікації відомостей про видачу патенту або від дати, коли використання винаходу

(корисної моделі) було припинено, то будь-яка особа, яка має бажання й виявляє готовність використовувати винахід (корисну модель), у разі відмови власника прав від укладання ліцензійного договору може звернутися до суду із заявою про надання їй дозволу на використання винаходу. Також із метою забезпечення здоров'я населення, оборони держави, екологічної безпеки й інших інтересів суспільства Кабінет Міністрів України може дозволити використання запатентованого винаходу (корисної моделі) визначеній ним особі без згоди власника патенту (деклараційного патенту) у разі його безпідставної відмови у видачі ліцензії на використання винаходу (корисної моделі). У той же час в інформаційному законодавстві використовується інша презумпція – інформація має бути відкритою та загальнодоступною, крім випадків, прямо зазначених у законі.

**Висновки і пропозиції.** Виходячи з проведеного аналізу сутності та змісту інформаційних відносин, можемо говорити про істотну відмінність правового режиму інформаційного регулювання від того, що забезпечує дієвість як загалом нематеріальних благ, так і права інтелектуальної власності. Ця відмінність полягає передовсім у внутрішніх властивостях інформаційного продукту, які мають набагато ширший характер за означені об'єкти, тому опосередковуються значно більшим за обсягом правовим інструментарієм. Особливо слід відзначити механізми приватноправового регулювання цивільних інформаційних відносин, котрі виникають у царині передання товарів, робіт, послуг тощо. На жаль, наразі їхнє нормативне забезпечення, передовсім у площині формулювання засобів і механізмів відповідальності за інформаційні порушення, знаходиться на неналежному рівні, що потребує адекватного корегування. У сфері порівняльного дослідження інформаційних та інтелектуально-правових відносин маємо зазначити, що хоча інформація пов'язана з інтелектуальною діяльністю, яка може мати будь-які форми зовнішнього відображення, придатні для сприйняття особою безпосередньо чи за допомогою технічних засобів, вона має значно ширші прояви назовні, тому ніяк не може зводитися до оприлюднення результатів творчості й охоплюватися виключно системою права інтелектуальної власності. Утім, наразі з огляду на триваючий розвиток інформаційно-правових регулятивних і охорон-

них інститутів, регулювання в цій сфері може субсидіарно здійснюватися шляхом задіяння окремих положень законодавства про інтелектуальну власність.

#### Список використаної літератури:

1. Загальна декларація прав людини. Декларація ООН від 10.12.1948 р. URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_015).
2. Право власності в Україні / за ред. О. Дзери, Н. Кузнецової, О. Підпригори. К.: Юрінком Інтер, 2000. 816 с.
3. Кохановська О. Цивільно-правові проблеми інформаційних відносин в Україні: автореф. дис. ... докт. юрид. наук: спец. 12.00.03. К., 2006. 34 с.
4. Грабовська Г. Форми та способи захисту прав споживачів у випадку придбання ними товарів неналежної якості. Право і суспільство. 2014. № 4. С. 62–67.
5. Зверєва О. До питання про права споживача при придбанні товару неналежної якості. Форум права. 2007. № 2. С. 23–130.
6. Павловцев Е. Проблемы правового регулирования отношений в сфере коммерческой рекламы в России и США: сравнительный анализ: автореф. дисс. ... канд. юрид. наук. 12.00.03. М., 2002. 21 с.
7. Димінська О. Захист прав споживачів у сфері реклами. Університетські наукові записки. Хмельницький університет управління та права. 2013. № 3(47). С. 129–134.
8. Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the law of the Member States relating to the labeling, presentation and advertizing foodstuffs. Official Journal. L 109. 2000. 06.05.2000. P. 29–42.
9. Дзера О., Боброва Д., Довгерт А. та ін. Цивільне право України: підручник: у 2-х кн.; за ред. О. Дзери, Н. Кузнецової. К.: Юрінком Інтер, 2002. Кн. 1. 720 с.
10. Северин В. Правовое регулирование информационных отношений. Вестник Московского ун-та. Серия 11: Право 2000. № 5. С. 21–36.
11. Кохановська О. Актуальні теоретичні проблеми співвідношення інформаційних прав і прав інтелектуальної власності. Підприємство, господарство і право. 2004. № 8. С. 99–104.
12. Бачило І., Лопатин В., Федотов М. Информационное право: ученик. СПб.: Юридический центр Пресс, 2001. 789 с.
13. Кодинець А. Інтелектуальна власність та інформаційні відносини: теоретичні засади правового регулювання. Підприємство, господарство і право. 2016. № 8. С. 16–20.

**Гуйван О. П. Гражданско-правовая защита частноправовых информационных прав лица**

*Работа посвящена исследованию отдельных информационных отношений, непосредственно как в регулятивном, так и в охранительном состоянии, которые опосредуются юридическими механизмами частного права. Проанализировано содержание информационных отношений и особенности их регулирования в сфере гражданского оборота товаров, услуг и работ, а также взаимосвязь информации с публичным оборотом объектов права интеллектуальной собственности. Выявлены схожие и отличительные особенности указанных правоотношений.*

**Ключевые слова:** информация о товаре, реклама, объекты творческой деятельности.

**Guyvan O. P. Civil-law protection of private-law information rights of a person**

*This work is devoted to the study of individual information relations, directly both in the regulatory and in the protective state, which are mediated by the legal mechanisms of private law. The content of information relations and peculiarities of their regulation in the sphere of civil turnover of goods, services and works, as well as the interrelation of information with the public turnover of objects of intellectual property rights are analyzed. Identified similar and distinctive features of these legal relationships.*

**Key words:** information about the product, advertising, objects of creative activity.