

## 2 CIVIL LAW, CIVIL PROCESS

### АЗАМАТТЫҚ ҚҰҚЫҚ, АЗАМАТТЫҚ ҮРДІС

### ГРАЖДАНСКОЕ ПРАВО, ГРАЖДАНСКИЙ ПРОЦЕСС

FTAXP 10.27.23

ӨОЖ 347.219

JEL K1:K15

<https://doi.org/10.46914/2959-4197-2023-1-3-14-22>

**Н.Н. НҮСПЖАНОВ,\*<sup>1</sup>**

докторант.

\*e-mail: 22230614@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2427-6621

<sup>1</sup>«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

### АЗАМАТТЫҚ ҚҰҚЫҚ САЛАСЫНДАҒЫ ЦИФРЛАНДЫРУ: ЦИФРЛЫҚ БЕДЕЛ

#### Аңдатпа

Мақала виртуалды өзара әрекеттесудің қажетті атрибуты және тауарлар мен қызметтерді бірлесіп тұтыну саласындағы цифрлық сенімділіктің маңызды көрсеткішін, цифрлық беделдің құқықтық аспектілерін зерттеуге арналған. Жаңа технологияларды дамыту контекстіндегі беделдің мәні мен маңыздылығын талдау, пайдаланушылардың беделін қалыптастыру және бекіту үшін заманауи онлайн қызметтердің қолданатын әдістерін зерттеу негізінде цифрлық технологияларды тану орындылығы туралы пікір айтылады. Бедел – дербес құндылық және мүлктік қатынастардың болжамды объектісі. Құқықтық қатынастарға қатысушыны даралау құралы ретінде жеке брендті құрудағы цифрлық беделдің рөліне де назар аударылады. Нәтижесінде заңнаманы дамыту бағыттары айқындалады, оның ішіне рейтингтік жүйелерді біріздендіру, сондай-ақ цифрлық қызметтер пайдаланушылардың беделін қалыптастыру және бағалау үшін пайдаланатын басқа тетіктер: құқықтық режимнің цифрлық беделінің барабар мәнін құру, беделді құрайтын ақпаратты сақтау, беру және пайдаланудың тиімді құралдарын жасау және т.б. кіреді.

**Тірек сөздер:** ортақ экономика, цифрлық сенім, цифрлық репутация, цифрлық платформалар, жеке бренд, азаматтық құқық, мүлктік қатынастар.

#### Кіріспе

Заманауи технологиялардың деректерді біріктіру және оларға жедел қол жетімділікті қамтамасыз ету қабілеті өзара әрекеттесудің әдеттегі модельдерін өзгертеді, дәстүрлі институттар мен іргелі категорияларды түрлендіреді. [1, 31–36 б.].

Цифрландыру жағдайында пайда болған және дамыған экономикалық секторлардың бірі – бірлескен тұтыну (sharing economy). Ол тауарлар мен қызметтерді ұжымдық пайдалануды, ресурстарға бірлесіп қол жеткізуді, оларды қайта өңдеуді және қайта тұтынуды көздейді [2, 154 б.], бұл жеткіліксіз пайдаланылған активтердің тиімділігін арттырады және экологиялық мәселелер кешенін шешуге мүмкіндік береді, өзара көмек принциптері негізінде әлеуметтік байланыстарды қалыптастыруды қамтамасыз етеді.

Бірлескен тұтынуға қатысатын тұлғалардың коммуникациясы цифрлық сервистермен қамтамасыз етілетіндіктен, қажетті ресурсты іздеу, контрагентті таңдау, онымен шарттық қатынастарға түсу және оларды іске асыру барынша жеңілдетіледі.

Бүгінгі таңда тауарларды сатып алу (Amazon, Ozon), таксиге тапсырыс беру (Uber, Yandex Taxi), жолдас саяхатшыларды (BlaBlaCar), пәтерлер (Airbnb), қонақ үйлер (Booking), мамандар іздеу (YouDo), әртүрлі жобаларды бірлесіп қаржыландыру (Kickstarter) жобалары өте танымал. Бірлескен тұтыну секторының кірістілігі 2025 жылға қарай 335 миллиард долларды құрайды деп болжануда.

Жеке тұтыну секторларының өсуіне COVID-19 пандемиясы және онымен байланысты шектеулер белгілі бір үлес қосты, атап айтқанда, жеке заттарды онлайн сату көлемі 48%-ға, заттарды ортақ пайдалану – 85%-ға, жұмыс және қызмет көрсету (фриланс) – 31%-ға өсті [3].

Кез-келген виртуалды өзара әрекеттесу сияқты, бірлескен тұтыну ақпараттың сенімсіздігіне, деректердің бұзылуына, цифрлық қызметтердің жұмысындағы ақауларға және т.б. байланысты қауіп төндіруі мүмкін. Бұл тәуекелдерді үш негізгі санатқа бөліп қарастыруға болады, олар: іскерлік (business risk), оның ішінде құқықтық сипаттағы тәуекелдер; технологиялық (Internet risk); контрагенттің жеке басына байланысты (customer risk) [4].

Бірлесіп тұтыну шеңберінде мәмілелерді қашықтан жасасу – интернет-платформада орналастыруды, оны меншік иесіне және әлеуетті контрагентке өзінің дербес деректері мен банк деректемелерін беруді талап етеді, бұл оларды заңсыз пайдалануға мәжбүрлейді. Контрагенттің ықтимал анонимділігі, оның жеке басын және ұсынылған ресурстарды тексерудің әдеттегі әдістерін қолдануға мүмкіндік бермей, қолда бар ақпараттың шынайылығына, болашақта туындайтын міндеттемелердің тиісінше орындалуына күмән тудыруы мүмкін.

Шын мәнінде, бірлескен (шерингтік) қатынастарға түсе отырып, адамдар көбінесе ақпараттың дұрыстығына, сондай-ақ құқықтық байланыстарды орнатуға және іске асыруға қатысатын цифрлық сервис иесінің адалдығына сенуге мәжбүр болады.

Мұндай жағдайларда sharing economy секторындағы әрекеттердің белгісіздігін төмендететін негізгі факторлардың бірі – басқалардың қажеттіліктерін ескере отырып және кейбір жалпы нормаларға сәйкес болжамды және адал мінез-құлықты күту дәстүрлі түрде түсінілетін қажетті сенім деңгейін қалыптастыру және сақтау [5, 53 б.].

Ақпарат көздерін кеңейту мен түбегейлі жаңартуды, оны сақтау мен қамсыздандыруды қамтамасыз ететін жаңа құралдарды пайдалануды көздейтін жаңа технологиялардың дамуы сенімнің маңызды сипаттамаларына түбегейлі әсер етті. Қазіргі таңда ол «цифрлық сенімге» айналды (digital trust) [6], белгілі бір қасиеттер мен элементтерге ие болып, олардың арасында ашықтық пен қол жетімділік, этика мен жауапкершілік, құпиялылық пен бақылау, қауіпсіздік пен сенімділік пайда болды [7]. Көбінесе олардың болуы блокчейн технологиясын қолдану мүмкіндігіне байланысты, ол бірқатар артықшылықтарға байланысты қажетті сенім архитектурасын жасай алады [8].

Сенім мәселелері тұтастай алғанда онлайн форматта орнатылатын кез келген қатынастар үшін өзекті, сондықтан жалпы алғанда цифрлық технологияларға, қашықтан жасалатын операциялардың қауіпсіздігіне, жеке деректердің құпиялылығын сақтауға сенімділікті қамтамасыз ететін жалпы нормативтік шараларды әзірлеу және қолдану қажеттігін білдіреді.

Алайда, бейтаныс адамдар арасында қарым-қатынас орнатылатын sharing economy секторының спецификасы да ерекше, әлеуметтік қасиеттің сенімін талап етеді. Әдетте, ол виртуалды, цифрлық платформа негізінде біріктірілген азаматтық-құқықтық қоғамдастықтың ішінде қалыптасуы мүмкін, оның барлық мүшелері платформа бірлесіп әзірлеген немесе ұсынған бірыңғай ережелерді адал орындайды. Оларды бұзу платформаның ресурстарына қол жетімділікті тоқтатуға және іс жүзінде қауымдастықтан шығаруға әкеледі.

Субъектілерді сипаттайтын және олардың арасында қажетті сапаға деген сенімді қалыптастыруға ықпал ететін негізгі көрсеткіш – бедел, бұл жеке тұлғаның басқалармен тікелей немесе жанама өзара әрекеттесуінің жалпыланған нәтижесі, ол өзіндік ресурсымен, әлеуметтік капитал және бәсекелестік артықшылығымен әрекет етеді [9, 5–6 б.]. Әдебиеттерде цифрлық сенім мен беделдің тығыз байланысы айқындалған, олардың қазіргі заманғы жоғары технологиялық жағдайларда өзара әсер ету принциптері ерекшеленеді [10]. Бұл жағдайда бедел виртуалды ынтымақтастық ықтималдығының ең маңызды көрсеткіші ретінде танылады; интернеттегі өзара әрекеттесуге қатысуға түрткі болатын маңызды фактор; қоғамдағы тұлға мәртебесінің негізгі элементі [11, 2252 б.]. Тиісінше бедел институтын дамыту және шерингтік қатынастар саласы үшін оны бағалау әдістерін реттеу өте өзекті болып табылады.

## Материалдар мен әдістер

Зерттеу материалдары қолданыстағы теориялық ережелерді, құқықтық нормаларды, сондай-ақ жаңа технологияларды дамыту жағдайындағы цифрлық бедел ұғымына қатысты практика материалдарын талдау, пайдаланушылардың беделін қалыптастыру және бекіту үшін заманауи онлайн-сервистер қолданатын әдістерді зерттеу.

Зерттеу әдістері – азаматтық құқық ғылымының және жалпы құқық теориясының негізгі теориялық ережелері. Ғылыми зерттеуді жүргізу кезінде байқау, салыстыру, абстракциялау, тарихи әдіс, салыстырмалы-құқықтық, аналитикалық және басқалар сияқты білімнің ғылыми әдістері қолданылды. Жұмыста теориялық және құрылымдық синтезге талдау кезінде алынған бөліктерді (әр түрлі деңгейде – үстірттен генетикалыққа дейінгі) тұтас затқа біріктіруге мүмкіндік беретін әдіс ретінде ерекше мән беріледі. Осы әдістерді қолдану зерттеу объектісін толықтай және жан-жақты зерттеуге мүмкіндік берді.

## Әдебиетке шолу

Азаматтық құқық объектісі ретінде ақпаратты құқықтық талдауды зерттеу нәтижесінде азаматтық құқық объектісі болып табылатын ақпаратты құқықтық реттеу туралы, құқықтық табиғат туралы пікірлердің, тұжырымдамалардың өте кең ауқымы пайда болды. Осы уақытқа дейін азаматтардың ақпаратқа конституциялық құқығын іске асыру кезінде туындайтын «ақпарат» ұғымына және онымен байланысты қоғамдық қатынастарға жүйелі талдау жүргізілді, негізінен М.К. Сүлейменов, А.Г. Диденко, Ю.Г. Басин, А.Б. Агапов, А.А. Алексеев, И.Л. Бачило, А.Б. Венгеров, О.А. Гаврилов, В.А. Дозорцев, В.А. Копылов, М.М. Рассолов, А.П. Сергеев, А.А. Снытников, Л.В. Туманова, Ю.К. Толстой, И.Д. Тиновическая, А.Д. Урсула, А.А. Фатьянов және басқа да ғалымдардың еңбектерінде ақпарат бостандығы мен ақпараттық қауіпсіздікті құқықтық қамтамасыз ету мәселелері зерттелді.

## Негізгі ережелер

Қатысушылардың әртүрлі ресурстарын бөлісуге қабілетті шексіз санды біріктіретін цифрлық платформалардың негізгі функцияларының бірі олардың арасындағы сенімді құру және қолдау болғандықтан, негізінен платформалар өзара әрекеттесетін адамдардың беделін қалыптастырудың негізгі ережелерін және оны бағалауға мүмкіндік беретін параметрлерді белгілейді. Бедел көрсеткіштерін құру және бекіту үшін қолданылатын құралдар оның ерекше цифрлық сипатын көрсетеді.

Әдетте, шерингтік қатынастарға қатысушыларға платформада контрагенттер туралы да, тауарлар мен қызметтердің сапасы, басқа көрсеткіштері туралы да пікірлер жариялауға мүмкіндік беріледі. Бұл мәліметтер ашық және онлайн платформа арқылы мәміле жасайтындардың барлығының цифрлық беделін қалыптастыруға мүмкіндік береді. Мысалы, мамандарды іздеу қызметі Profi.ru барлық шолуларды «сол күйінде», яғни модерациясыз және редакциясыз жариялайды. Бұдан басқа, сервис контрагенттерден тұлғаларды және олар ұсынатын активтерді ауызша бағалауды алу үшін қосымша шаралар қабылдайды, сондай-ақ емтихандар өткізу және оларды 2-ден 5-ке дейінгі шкала бойынша бағалау арқылы қызметтердің кейбір түрлерін көрсететін пайдаланушылардың кәсіби деңгейін дербес тексереді [12].

YouDo-дың тұрмыстық және бизнес міндеттерін шешу үшін орындаушыларды іздеудің цифрлық сервисі тұлғалардың кәсіби қасиеттері туралы пікірлерді ашық қолжетімділікте орналастырумен қатар, орындаушы және оның ұсынысы туралы ақпаратты сайтта орналастыру орны тәуелді болатын өздерінің рейтингін қалыптастырады. Теріс пікірлер мен жосықсыз мінез-құлық платформа ресурстарына қол жеткізуді қиындатуы мүмкін.

Атап айтқанда, адамның YouDo-дағы аккаунтын бұғаттауға басқа пайдаланушылардың ережелерді бұзғаны, дөрекі немесе орынсыз мінез-құлық, уағдаластықтарды орындамағаны туралы шағымдары негіз болады және өз рейтингіне жасанды әсер ету («кері байланысты бұрмалау») кейіннен қалпына келтіру мүмкіндігінен сөзсіз бұғаттауға әкеп соғады [13].

BlaBlaCar саяхатшыларын іздеу қызметі пайдаланушының есептік жазбасын тоқтата алады, оның қызметке кіруін шектейді немесе пайдаланушы орташа бағасы 3-тен аспайтын кемінде үш пікір алған жағдайда онымен келісімшарттық қатынастарды тоқтата алады [14].

Сонымен қатар, қазіргі жағдайда бірлескен тұтынуға қатысатын адамдардың беделін қалыптастырудың тиімді құралдары орталықтандырылған сәйкестендіру жүйелерін тарта отырып, оларды тексеру, сондай-ақ «цифрлық іздерді» талдау, яғни әлеуметтік желілерде, чаттарда, іздеу жүйелерінде, агрегаторлардың сайттарында және т.б. қалдырылған жеке басын және оның өмірін сипаттайтын мәліметтер болады.

Шерингтік қызметтердің едәуір бөлігі пайдаланушылардың жеке басын анықтау және тексеру кезінде олардың әлеуметтік медиа аккаунттарына жүгінеді. Бұл олардың қатысуымен транзакциялардың қауіпсіздігін жақсартуға мүмкіндік береді, өйткені жеке цифрлық профильді құру жауапкершілігі пайдаланушылардың өздеріне жүктеледі.

Сонымен қатар, пайдаланушыны сипаттайтын және оның әлеуметтік желілердегі парақшасындағы басқа көрсеткіштер де ескерілуі мүмкін. Сондықтан көптеген адамдар өздерінің жеке, қоғамдық, кәсіби өміріндегі жетістіктерімен саналы түрде бөліседі, интернетке тиісті ақпаратты орналастырады.

Сондай-ақ, тексеру адамның тұрғылықты жері, оның несиелік қабілеттілігі және т.б. туралы ақпаратты қамтитын әртүрлі мәліметтер базасын талдауды қамтуы мүмкін.

Осыған байланысты бірлескен тұтыну экономикасы саласындағы жетекші компаниялардың пайдаланушылардың беделін қалыптастыру мен бағалаудың орталықтандырылмаған, тең-теңімен шараларынан дәстүрлі орталықтандырылған жүйелерге (валидация, өмірбаяндық деректерді құжаттамалық тексеру және т.б.) көшу үрдісі байқалды [15]. Мұндай жағдайларда технологиялық құралдардың көмегімен ерекше түрде қалыптасатын және жинақталатын цифрлық беделдің құқықтық мәні туралы мәселе ерекше қызығушылық тудырады.

Отандық азаматтық заңнамада бедел категориясы материалдық емес игілік ретінде тек іскерлік бедел аясында қарастырылады және оның тұжырымдамасы заңды түрде ашылмайды. Іскерлік бедел, ең алдымен, қорғау құқықтық қатынастарының объектісі ретінде танылады, атап айтқанда, бұзылған және шындыққа сәйкес келмейтін мәліметтер таратылған жағдайда оны қорғау мәселелері реттеледі.

Ғылымда іскерлік бедел олардың тасымалдаушысы өз клиенттерінің, тұтынушыларының, контрагенттерінің, әріптестерінің көз алдында байланыстыратын және осы қызмет саласындағы басқа мамандардың арасында дараланатын қасиеттер мен бағалаулар жиынтығы болатын түр ұғымы ретінде анықталады. Сондай-ақ, іскерлік беделдің ақпараттық сипатына назар аударылады және оның кәсіпкер емес азаматтарда болу мүмкіндігі анықталады.

Осыған сүйене отырып, іскерлік беделді кең мағынада – экономикалық (кәсіпкерлік, кәсіптік, қызметтік және т.б.) қызмет субъектілерінің кәсіби, қызметтік және іскерлік қасиеттерін сипаттау үшін, сондай-ақ тар (өзіндік) мағынада – кәсіпкерлік қызмет субъектілерінің іскерлік беделі ретінде қарастыру ұсынылады.

Сонымен қатар, кейбір авторлар «іскерлік» сөзін нақтыламай беделдің болуы мүмкін еместігіне назар аударады, өйткені тиісті ұғым адамның жеке сипаттамаларының үйлесуіне байланысты жеке тұлғаны қоғамдық, әлеуметтік тұрғыдан бағалаудан көрініс табатын ар-намыс ұғымымен синоним болып кетеді. Басқа зерттеушілер бөлек көзқарасты ұстанады, іскерлік бедел материалдық емес игілік ретінде адамның және оның кәсіби қызметі туралы ақпаратқа негізделген және жалпы беделдің ерекше жағдайын (кіші түрін) білдіретін басқалардың (кең таралған) пікірінде көрсетілген іскерлік қасиеттер мен бағалаулардың жиынтығы деп санайды.

Қазіргі цифрлық қоғам шеңберіндегі іскерлік беделдің ерекшеліктерін анықтау әрекеттері авторларды, шын мәнінде, ол субъектіні өзінің тасымалдаушысына тәуелсіз және әртүрлі нысандарда беруге қабілетті ақпараттық түрде дараландырады деген қорытындыға әкеледі. Сондықтан іскерлік беделді құқықтық қорғау оны пайдалану ерекшеліктерін ескере отырып, жаңа заңды құралдар мен қорғау әдістерін қажет етеді.

Платформалық экономика жағдайында кәсіпкерлік немесе басқа кәсіби қызмет саласындағы адамның қасиеттерін бағалау ретінде іскерлік беделді түсіну жеткіліксіз екені анық. Шеринг ресурстарды тек кәсіби негізде ғана емес, сонымен бірге қалыптасқан цифрлық бедел олардың



тасымалдаушысы көптеген адамдардың көз алдында байланыстыратын және белгілі бір саладағы басқа кәсіпқойлар арасында ғана емес, сонымен қатар қарапайым азаматтар арасында да дараланатын қасиеттер мен бағалаулар жиынтығымен байланысты.

Тиісінше, шерингтік қатынастар аспектісінде цифрлық бедел іскерлік беделден асып түседі және онымен байланысты құқықтық қатынастар тек күзетпен шектелмейді. Цифрлық бедел активтерге қол жеткізу және шарттық қатынастарға түсу мүмкіндігіне әсер ететіндіктен, оны қалыптастыру және пайдалану процестері белгілі бір құқықтық реттеуді қажет етеді. Бұл ретте заңнамалық тәсілдерді әзірлеу азаматтық құқықтар объектілері жүйесінде цифрлық беделдің орнын белгілеу қажеттігін болжайды.

Оның мазмұны мен мақсатына байланысты адам туралы ақпарат, мысалы, жеке немесе отбасылық құпия ретінде жіктеледі, материалдық емес тауарлардың құрамдас бөлігі ретінде қарастырылуы мүмкін, осыған байланысты ол азаматтық заңнамамен қорғалады, жеке мүліктік емес құқықтардың объектісі бола алады және бөлінбейтіндігімен сипатталады.

Алайда, цифрландыру жағдайында адам, оның өмірі мен қалауы туралы мәліметтер олардың қасиеттерін өзгертеді. Олар ақпараттық жүйелерде тіркеледі және интернет желісінде беріле алады, бір қауымдастықтан екіншісіне ауысқан кезде және цифрлық платформа өзгерген кезде сақталады. Сондықтан олар тәуелсіз экономикалық құндылыққа және тауардың белгілеріне ие болуы мүмкін (мақсатты жарнама және т.б.), сондықтан мүліктік қатынастардың ерекше объектісі ретінде қарастырылуы мүмкін. Сонымен қатар, егер оны иесінің өзі ұсынса немесе таратса, бұл жабық (дербес деректер туралы заңнаманың қолданылуына байланысты) ақпаратқа қатысты. Ғылыми әдебиеттерде цифрлық фиксация алған мұндай деректердің құқықтық мәні туралы әртүрлі пікірлер айтылады.

Оларды зияткерлік меншіктің жаңа дәстүрлі емес объектісі деп тану қажеттілігі туралы ұстаным неғұрлым негізделген болып, бұл тиісті цифрлық деректерге айрықша (мүліктік) құқықтың туындау мүмкіндігін білдіреді. Бұл құқық иеленушіні анықтап қана қоймай, сонымен қатар цифрлық беделді құрайтын ақпаратты пайдалану жөніндегі қатынастарды ретке келтіруге мүмкіндік береді, туындайтын қатынастардың тиісті құқықтық ресімделуін және құқық бұзушылық жағдайында қорғаудың тиімді әдістерін қолдануды қамтамасыз етеді.

Айта кету керек, интернет желісінде орналастырылған және таратылатын адам туралы мәліметтер жиынтығы оны сипаттап қана қоймайды және оның беделін қалыптастыруға ықпал етеді, сонымен қатар белгілі бір мағынада оны, атап айтқанда, бірлескен тұтыну қатынастарының әлеуетті қатысушысы ретінде анықтауға мүмкіндік береді. Шын мәнінде, бұл цифрлық деректер субъектінің жеке брендін құруға негіз болады, ол белгілі бір адамнан басқа адамдардың санасында пайда болатын бейнелерді (уәделерді, үміттерді) түсінуге шақырылады.

Жеке брендтің құрамдас бөліктері әртүрлі және беделден басқа мінез-құлықты, дағдыларды, имиджді және оның бірегейлігі мен тұтастығын көрсететін басқа элементтерді қамтуы мүмкін. Осыған байланысты әрбір жеке бренд басқалардан өзгеше болуы керек және жаңа немесе түпнұсқа ретінде қабылдануы керек деген пікірмен келісу керек. Шын мәнінде, бұл виртуалды кеңістік құрған, белгілі бір жағдайларда зияткерлік меншік режимі таралуы мүмкін арнайы субъектіні дараландыратын құрал.

Бұл тәсіл жеке брендті күрделі объект ретінде ғана емес, сонымен қатар оның жекелеген компоненттерін, соның ішінде цифрлық беделді де қажетті қорғауды қамтамасыз етеді. Бұл жағдайда адам туралы және оны сипаттайтын басқа элементтер туралы цифрлық деректердің белгілі бір жиынтығын жеке бренд ретінде тануға негіз болатын белгілерді әзірлеу және заңды түрде бекіту қажет болатыны анық. Сонымен қатар, оның нақты компоненттері, олардың табиғатына сүйене отырып, азаматтық құқықтардың тәуелсіз объектілерінің маңыздылығын жеке брендтен тыс сақтай алады.

### **Нәтижелер мен талқылау**

Осылайша, жаңа экономикалық қатынастарды қалыптастыру және модернизациялау үшін жағдай жасаған цифрлық дәуір бедел санатының өзгеруіне әкеледі және оның құқықтық мәнін анықтауға доктриналық тәсілдерді қайта қарауды талап етеді. Шерингтік ортада цифрлық

бедел келісімшарттық байланыстарды орнату мақсатында контрагент пен ресурсты таңдауға ықпал ететін негізгі индикатор болып табылады. Ол арнайы шараларды қолдана отырып қалыптасады, ерекше қасиеттерге ие болады, Технологиялық платформада қоғамдастық шеңберінде мәмілелер жасау мүмкіндігіне тікелей әсер етеді.

Болашақта субъектінің цифрлық беделі ретінде сараланған ақпарат оның әртүрлі цифрлық қатынастардың қатысушысы ретінде даралануын қамтамасыз ете алады, тәуелсіз құндылыққа және мүліктік қатынастардың объектісіне айналады. Сонымен қатар, бұған белгілі бір кедергі шерингтік қызметтердің өз пайдаланушыларының беделін қалыптастыру мен бағалаудың сараланған тетіктерін қолдануы болып табылады. Тауарлар мен қызметтерді бірлесіп тұтынудың виртуалды қауымдастықтары бірыңғай қағидаттарға негізделгендіктен, пайдаланушыларды тексеру процестерін реттейтін және олардың беделін шерингтік платформаларда қалыптастыратын кейбір жалпы бағдарларды Нормативтік бекіту мүмкін болып көрінеді.

Бүгінгі таңда цифрлық сервистер дербес енгізетін осындай параметрлер мен рейтинг жүйелерін біріздендіру құқықтық қатынастарды орнату үшін пайдаланылатын платформаны ауыстыру кезінде тұлғаның беделін сақтауға мүмкіндік береді және бірнеше платформаларда қызметті жүзеге асыратын пайдаланушыларды тексеруді жеңілдетеді.

Сондай-ақ, субъектінің беделін көрсететін цифрлық ақпаратты сақтау, қауіпсіз беру және пайдалану үшін тиімді құқықтық құралдарды құру міндеті өте өзекті болып табылады. Осы шараларды іске асыру Цифрлық ортадағы сенім деңгейін арттыруға ықпал ететін болады, Қазақстан Республикасында бірлесіп тұтыну нысандарының одан әрі өсуін және жетілдірілуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

## Қорытынды

Қазіргі цифрлық қоғам шеңберіндегі іскерлік беделдің ерекшеліктерін анықтауға тырысу авторды, шын мәнінде, ол субъектіні өзінің тасымалдаушысына тәуелсіз және әртүрлі нысандарда беруге қабілетті ақпараттық түрде дараландырады деген қорытындыға әкеледі. Сондықтан іскерлік беделді құқықтық қорғау оны пайдалану ерекшеліктерін ескере отырып, жаңа заңды құралдар мен қорғау әдістерін қажет етеді.

Платформалық экономика жағдайында кәсіпкерлік немесе басқа кәсіби қызмет саласындағы адамның қасиеттерін бағалау ретінде іскерлік беделді түсіну жеткіліксіз екені анық. Шеринг ресурстарды тек кәсіби негізде ғана емес, сонымен бірге қалыптасқан цифрлық бедел олардың тасымалдаушысы көптеген адамдардың көз алдында байланыстыратын және белгілі бір саладағы басқа кәсіпқойлар арасында ғана емес, сонымен қатар қарапайым азаматтар арасында да дараланатын қасиеттер мен бағалаулар жиынтығымен байланысты.

Тиісінше, шерингтік қатынастар аспектісінде цифрлық бедел іскерлік беделден асып түседі және онымен байланысты құқықтық қатынастар тек күзетпен шектелмейді. Цифрлық бедел активтерге қол жеткізу және шарттық қатынастарға түсу мүмкіндігіне әсер ететіндіктен, оны қалыптастыру және пайдалану процестері белгілі бір құқықтық реттеуді қажет етеді. Бұл ретте заңнамалық тәсілдерді әзірлеу азаматтық құқықтар объектілері жүйесінде цифрлық беделдің орнын белгілеу қажеттігін болжайды.

Оның мазмұны мен мақсатына байланысты адам туралы ақпарат, мысалы, жеке немесе отбасылық құпия ретінде жіктеледі, материалдық емес тауарлардың құрамдас бөлігі ретінде қарастырылуы мүмкін, осыған байланысты ол азаматтық заңнамамен қорғалады, жеке мүліктік емес құқықтардың объектісі бола алады және бөлінбейтіндігімен сипатталады.

Алайда, цифрландыру жағдайында адам, оның өмірі мен қалауы туралы мәліметтер олардың қасиеттерін өзгертеді. Олар ақпараттық жүйелерде тіркеледі және ғаламтор желісінде беріле алады, бір қауымдастықтан екіншісіне ауысқан кезде және цифрлық платформа өзгерген кезде сақталады. Сондықтан олар тәуелсіз экономикалық құндылыққа және тауардың белгілеріне ие болуы (мақсатты жарнама мақсатында және т.б.) және мүліктік қатынастардың ерекше объектісі ретінде қарастырылуы мүмкін. Сонымен қатар, бұл жабық (дербес деректер туралы заңнаманың қолданылуына байланысты) ақпаратқа қатысты, егер оны иесінің өзі

ұсынса немесе таратса ғана дұрыс. Ғылыми әдебиеттерде цифрлық фиксация алған мұндай деректердің құқықтық мәні туралы әртүрлі пікірлер айтылады.

Оларды зияткерлік меншіктің жаңа дәстүрлі емес объектісі деп тану қажеттілігі туралы ұстаным неғұрлым негізделген болып, бұл тиісті цифрлық деректерге айрықша (мүліктік) құқықтың туындау мүмкіндігін білдіреді. Бұл құқық иеленушіні анықтап қана қоймай, сонымен қатар цифрлық беделді құрайтын ақпаратты пайдалану жөніндегі қатынастарды ретке келтіруге мүмкіндік береді, туындайтын қатынастардың тиісті құқықтық ресімделуін және құқық бұзушылық жағдайында қорғаудың тиімді әдістерін қолдануды қамтамасыз етеді.

Айта кету керек, интернет желісінде орналастырылған және таратылатын адам туралы мәліметтер жиынтығы оны сипаттап қана қоймайды және оның беделін қалыптастыруға ықпал етеді, сонымен қатар белгілі бір мағынада оны, атап айтқанда, бірлескен тұтыну қатынастарының әлеуетті қатысушысы ретінде анықтауға мүмкіндік береді. Шын мәнінде, бұл цифрлық деректер субъектінің жеке брендін құруға негіз болады, ол белгілі бір адамнан басқа адамдардың санасында пайда болатын бейнелерді (уәделерді, үміттерді) түсінуге шақырады.

Жеке брендтің құрамдас бөліктері әртүрлі және беделден басқа мінез-құлықты, дағдыларды, имиджді және оның бірегейлігін көрсететін басқа элементтерді қамтуы мүмкін. Осыған байланысты әрбір жеке бренд басқалардан өзгеше болуы керек және жаңа немесе түпнұсқа ретінде қабылдануы керек деген пікірмен келіскен дұрыс. Шын мәнінде, бұл виртуалды кеңістік құрған, белгілі бір жағдайларда зияткерлік меншік режимі таралуы мүмкін арнайы субъектіні дараландыратын құрал.

Бұл тәсіл жеке брендті күрделі объект ретінде ғана емес, сонымен қатар оның жекелеген компоненттерін, соның ішінде цифрлық беделді де қажетті қорғауды қамтамасыз етеді. Бұл жағдайда адам туралы және оны сипаттайтын басқа элементтер туралы цифрлық деректердің белгілі бір жиынтығын жеке бренд ретінде тануға негіз болатын белгілерді әзірлеу және заңды түрде бекіту қажет болатыны анық. Сонымен қатар, оның нақты компоненттері, олардың табиғатына сүйене отырып, азаматтық құқықтардың тәуелсіз объектілерінің маңыздылығын жеке брендтен тыс сақтай алады.

Осылайша, жаңа экономикалық қатынастарды қалыптастыру және модернизациялау үшін жағдай жасаған цифрлық дәуір бедел санатының өзгеруіне әкеледі және оның құқықтық мәнін анықтауға доктриналық тәсілдерді қайта қарауды талап етеді. Шерингтік ортада цифрлық бедел келісімшарттық байланыстарды орнату мақсатында контрагент пен ресурсты таңдауға ықпал ететін негізгі индикатор. Ол арнайы шараларды қолдана отырып қалыптасады, ерекше қасиеттерге ие болады, технологиялық платформада қоғамдастық шеңберінде мәмілелер жасау мүмкіндігіне тікелей әсер етеді.

Болашақта субъектінің цифрлық беделі ретінде сараланған ақпарат оның әртүрлі цифрлық қатынастардың қатысушысы ретінде даралануын қамтамасыз ете алады, тәуелсіз құндылыққа және мүліктік қатынастардың объектісіне айналады. Сонымен қатар, бұған белгілі бір кедергі шерингтік қызметтердің өз пайдаланушыларының беделін қалыптастыру мен бағалаудың сараланған тетіктерін қолдануы болып табылады. Тауарлар мен қызметтерді бірлесіп тұтынудың виртуалды қауымдастықтары бірыңғай қағидаттарға негізделгендіктен, пайдаланушыларды тексеру процестерін реттейтін және олардың беделін шерингтік платформаларда қалыптастыратын кейбір жалпы бағдарларды нормативтік бекіту мүмкін болып көрінеді.

Бүгінгі таңда цифрлық сервистер дербес енгізетін осындай параметрлер мен рейтинг жүйелерін біріздендіру құқықтық қатынастарды орнату үшін пайдаланылатын платформаны ауыстыру кезінде тұлғаның беделін сақтауға мүмкіндік береді және бірнеше платформаларда қызметті жүзеге асыратын пайдаланушыларды тексеруді жеңілдетеді.

Сондай-ақ, субъектінің беделін көрсететін цифрлық ақпаратты сақтау, қауіпсіз тарату және пайдалану үшін тиімді құқықтық құралдарды құру міндеті өте өзекті. Осы шараларды іске асыру цифрлық ортадағы сенім деңгейін арттыруға ықпал ететін болады, Қазақстан Республикасында бірлесіп тұтыну нысандарының одан әрі өсуін және жетілдірілуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

## ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Минбалеев А.В. Трансформация регулирования цифровых отношений // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). – 2019. – № 12. – С. 31–36.
- 2 Barbu M.C., Bratu R.S., Sirbu E.M. Business models of the sharing economy // Review of international comparative management. 2018. Vol. 19. Is. 2. P. 154–166.
- 3 Экономика совместного потребления в России 2020. Испытание на прочность. URL: [https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC\\_Sharing-Economy-2020.pdf](https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf)
- 4 Jamieson R., Baird A. Risk and security issues for electronic commerce. URL: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1510&context=amcis1999&httpsredir=1&referer=>.
- 5 Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / пер. с англ. – М.: АСТ; НПП Ермак, 2004. – 730 с.
- 6 Hurley J. Digital trust – the foundation of digital transformation. URL: [https://www.unisys.com/Style0/o20Library/Unisys/usi2018/reports/DigitalTrust\\_TheFoundationofDigitalTransformation.pdf](https://www.unisys.com/Style0/o20Library/Unisys/usi2018/reports/DigitalTrust_TheFoundationofDigitalTransformation.pdf).
- 7 Albinson N., Balaji S., Chu Y. Building digital trust: technology can lead the way. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/digital-transformation/building-long-term-trust-in-digital-technology.html>
- 8 Шваб К., Дэвис Н. Технологии Четвертой промышленной революции. – М.: Эксмо, 2018. – 320 с.
- 9 Рягузова Е.В. Репутация личности: риски и опасности // Социальная психология и общество. – 2014. – № 3. – С. 5–14.
- 10 Deelmann T., Loos P. Trust economy: aspects of reputation and trust building for SMEs in E-business. URL: <http://aisel.aisnet.org/amcis2002/302>
- 11 Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption // Journal of the association for information science and technology. 2016. Vol. 67(9). P. 2047–2059.
- 12 Специалисты на Профи – Профи легко найти на Профи. URL: [https://www.google.com/aclk?sa=l&ai=DChcSEwi0jb\\_HtO2AAxWWw9UKHeU0DM8](https://www.google.com/aclk?sa=l&ai=DChcSEwi0jb_HtO2AAxWWw9UKHeU0DM8)
- 13 Освободим вас от забот. Поможем найти надёжного исполнителя для любых задач. URL: <https://youdo.com/>
- 14 Условия использования сервиса BlaBlaCar. URL: <https://blog.blablacar.ru/about-us/terms-and-conditions>
- 15 Ismail N. Trust in the sharing economy. URL: <https://www.information-age.com/trust-sharing-economy-123469380/>

## REFERENCES

- 1 Minbaleev A.V. (2019) Transformacija regulirovaniya cifrovyyh otnoshenij // Vestnik Universiteta imeni O.E. Kutafina (MGJuA). No. 12. P. 31–36. (In Russian).
- 2 Barbu M.C., Bratu R.S., Sirbu E.M. (2018) Business models of the sharing economy // Review of international comparative management. Vol. 19. Is. 2. P. 154–166. (In English).
- 3 Jekonomika sovmestnogo potreblenija v Rossii 2020. Ispytanie na prochnost'. URL: [https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC\\_Sharing-Economy-2020.pdf](https://tiarcenter.com/wp-content/uploads/2021/02/TIARRAEC_Sharing-Economy-2020.pdf). (In Russian).
- 4 Jamieson R., Baird A. Risk and security issues for electronic commerce. URL: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1510&context=amcis1999&httpsredir=1&referer=>. (In English).
- 5 Fukujama F. (2004) Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniju / per. s angl. M.: ACT; NPP Ermak, 730 p. (In Russian).
- 6 Hurley J. Digital trust – the foundation of digital transformation. URL: [https://www.unisys.com/Style0/o20Library/Unisys/usi2018/reports/DigitalTrust\\_TheFoundationofDigitalTransformation.pdf](https://www.unisys.com/Style0/o20Library/Unisys/usi2018/reports/DigitalTrust_TheFoundationofDigitalTransformation.pdf). (In English).
- 7 Albinson N., Balaji S., Chu Y. Building digital trust: technology can lead the way. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/digital-transformation/building-long-term-trust-in-digital-technology.html>. (In English).
- 8 Shvab K., Djevis N. (2018) Tehnologii Chetvertoj promyshlennoj revoljucii. M.: Jeksmo, 320 p. (In Russian).
- 9 Rjaguzova E.V. (2014) Reputacija lichnosti: riski i opasnosti // Social'naja psihologija i obshhestvo. No. 3. P. 5–14. (In Russian).
- 10 Deelmann T., Loos R. Trust economy: aspects of reputation and trust building for SMEs in E-business. URL: <http://aisel.aisnet.org/amcis2002/302>. (In English).
- 11 Hamari J., Sjöklint M., Ukkonen A. (2016) The sharing economy: why people participate in collaborative consumption // Journal of the association for information science and technology. Vol. 67(9). P. 2047–2059. (In English).



12 Specialisty na Profi – Profi legko najti na Profi. URL: [https://www.google.com/aclk?sa=l&ai=DChcSEwi0jb\\_HtO2AAxWWw9UKHeU0DM8](https://www.google.com/aclk?sa=l&ai=DChcSEwi0jb_HtO2AAxWWw9UKHeU0DM8). (In Russian).

13 Osvobodim vas ot zabot. Pomozhem najti nadjozhnogo ispolnitelja dlja ljubyh zadach. URL: <https://youdo.com/>. (In Russian).

14 Uslovija ispol'zovanija servisa BlaBlaCar. URL: <https://blog.blablacar.ru/about-us/terms-and-conditions>. (In Russian).

15 Ismail N. Trust in the sharing economy. URL: <https://www.information-age.com/trust-sharing-economy-123469380/>. (In English).

**Н.Н. НУСИПЖАНОВ,\*<sup>1</sup>**

докторант.

\*e-mail: [22230614@turan-edu.kz](mailto:22230614@turan-edu.kz)

ORCID ID: 0000-0002-2427-6621

<sup>1</sup>Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ГРАЖДАНСКОГО ПРАВА: ЦИФРОВАЯ РЕПУТАЦИЯ**

### **Аннотация**

Статья посвящена исследованию правовых аспектов цифровой репутации, выступающей необходимым атрибутом виртуального взаимодействия и значимым показателем цифрового доверия в сфере совместного потребления товаров и услуг. На основе анализа сущности и значения репутации в условиях развития новых технологий, изучения методов, используемых современными онлайн-сервисами для формирования и фиксации репутации пользователей, высказывается мнение о целесообразности признания цифровой репутации самостоятельной ценностью и возможным объектом имущественных отношений. Также обращается внимание на роль цифровой репутации в создании личного бренда как средства индивидуализации участника правовых взаимосвязей. В результате определяются направления развития законодательства, в числе которых унификация систем рейтингов, а также иных механизмов, используемых цифровыми сервисами для формирования и оценки репутации своих пользователей; создание адекватного сущности цифровой репутации правового режима; создание эффективных средств для сохранения, передачи и использования составляющей репутацию информации и др.

**Ключевые слова:** экономика совместного потребления, цифровое доверие, цифровая репутация, цифровые платформы, личный бренд, гражданское право, имущественные отношения.

**N.N. NUSIPZHANOV,\*<sup>1</sup>**

Phd student.

\*e-mail: [22230614@turan-edu.kz](mailto:22230614@turan-edu.kz)

ORCID ID: 0000-0002-2427-6621

<sup>1</sup>Turan University,

Almaty, Kazakhstan

## **DIGITALIZATION IN THE FIELD OF CIVIL LAW: DIGITAL REPUTATION**

### **Abstract**

The article is devoted to the study of the legal aspects of digital reputation, which is a necessary attribute of virtual interaction and a significant indicator of digital trust in the sphere of joint consumption of goods and services. Based on the analysis of the essence and significance of reputation in the context of the development of new technologies, the study of the methods used by modern online services to form and fix the reputation of users, an opinion is expressed on the advisability of recognizing digital reputation as an independent value and a possible object of property relations. Attention is also drawn to the role of digital reputation in creating a personal brand as a means of individualizing a participant in legal relationships. As a result, directions for the development of legislation are determined, including the unification of rating systems, as well as other mechanisms used by digital services to form and assess the reputation of their users; creation of an adequate essence of the digital reputation of the legal regime; creation of effective means for the preservation, transfer and use of information constituting a reputation, etc.

**Key words:** sharing economy, digital trust, digital reputation, digital platforms, personal brand, civil law, property relations.