

# НАУЧНО • ТЕХНИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Серия 1. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДИКА  
ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ СБОРНИК

Издается с 1961 г.

№ 12

Москва 2005

## ОБЩИЙ РАЗДЕЛ

УДК 002.6:004

А. В. Нестеров

### Философия информационных услуг

*Появление в официальных документах термина “государственные услуги” подогрело интерес к проблеме информационных государственных услуг, так как большую их долю составляют информационные услуги. Однако отсутствие теории услуг не позволяет развиваться институту услуг должным образом. Сделана попытка провести анализ такого сложного общественно-го явления, как услуга.*

Несмотря на достаточно большую историю изучения услуг и обилие публикаций, посвященных этой проблеме, в рядах ученых нет согласия даже относительно того, что такое услуги, не говоря уже об их свойствах. Обсуждение понятия “услуга” в рамках одного предметного контекста принципиально не может дать результата, поэтому необходимо выйти из данного контекста и перейти на более высокий уровень. Кроме того, нужно вести рассмотрение данного понятия в рамках дискурса, т. е. использовать однозначно определенные термины хотя бы в одном тексте, что бывает достаточно сложно сделать, учитывая многоаспектность термина “услуга”.

Практически все авторы публикаций, посвященных услугам, сходятся на том, что услуги представляют собой сложное общественное явление, которое до конца еще не изучено. Мы, наверное, рас-

смотрим не все доступные нам публикации по услугам, что связано с их обилием, поэтому автор приносит свои извинения всем, чьи работы не были упомянуты.

Услуги изучаются во многих науках: политэкономии, экономике, праве, социологии, менеджменте, маркетинге, товароведении, теории качества, специальных отраслях и т. д. Однако услуги предстают перед нами не разделенные на части различными науками, например, как объект гражданских прав, поэтому в данном тексте мы постараемся изучить услуги как можно с больших сторон.

В понятии “информационная услуга” используются два сложных понятия “информация” и “услуга”. Именно к этим понятиям до сих пор не выработаны общие подходы ни в науке в целом, ни в правовой доктрине. Об этом же говорится в [1].

К сожалению, отмеченные в [2] недостатки [3]

не были исправлены, хотя, как отмечено в [4], они были частично устранены в [5] и [6], но не смогли позитивно изменить понятийную ситуацию с информационными услугами [7]. В частности, в [3] отсутствовало понятие “информационный продукт” и определение информационной услуги. Кроме того, установлена аналогия понятий “пользователь” и “потребитель”, хотя в российском законодательстве они различаются. При этом считается, что пользователь информации это субъект, обращающийся к информационной системе или посреднику за получением необходимой ему информации и пользующийся ею, т. е. по умолчанию подразумевается, что в нее входят и документированная информация, и информационные ресурсы. В [5] появились определения информационного продукта (продукции) как документированной информации, подготовленной в соответствии с потребностями пользователя и предназначенной или применяемой для удовлетворения потребностей пользователей, а также информационной услуги как действия субъектов (собственников и владельцев) по обеспечению пользователей информационными продуктами. При этом пользователь уже получил официальное право обращаться к собственнику или владельцу за получением необходимых ему информационных продуктов или возможность использования средств международного информационного обмена. Обратим внимание, что в [5] информационный продукт фактически приравнен к информационной продукции, хотя их следует различать, как необходимо различать понятия “пользование” и “использование”. В [5] было введено новое понятие — международный информационный обмен, которое интересно тем, что к информационному обмену причислили передачу и получение информационных продуктов, а также оказание информационных услуг. Таким образом, не информационный обмен как некоторое действие входит в информационную услугу как товарную категорию, а информационные услуги входят в информационный обмен. В целом к объектам такого обмена отнесены: документированная информация, информационные ресурсы, информационные продукты, информационные услуги, средства информационного обмена. Хотя в [5] не дано определение информационного объекта, полагается, что к информационным объектам относятся объекты информационного обмена.

На информационные продукты был распространен правовой режим товара, а ст. 17 [5] определила, что информационные услуги могут ввозиться в Россию при наличии сертификата, гарантирующего соответствие информационных услуг требованиям договора. При этом понималось, что ввоз может осуществляться и путем обмена по каналам связи (передачи — получения). Как правило, информационный обмен осуществляется с помощью универсальных услуг связи. В соответствии с [8], универсальные услуги связи — это услуги, оказывание которых любому пользователю услугами связи на всей территории России в заданный срок с установленным качеством и по доступной цене является обязательным для оператора универсального обслуживания.

Таким образом, информационные услуги, как вид услуг, и информация являются объектами гражданских прав, однако в гражданском обороте

участвовать могут только информационные объекты, так как информация — нематериальна, а услуги, как таковые, не оборотоспособны. Кроме того, в международном информационном обмене могут принимать участие не только собственно информационные объекты, но и информационные объекты в режиме товаров. В новом Таможенном кодексе РФ понятие товара не расшифровывается, как в старом ТК РФ, но указывается, что к товарам относится любое перемещаемое через таможенную границу РФ движимое имущество. Однако ни информация, ни услуги к движимому имуществу не относятся. Если исходить из того, что через таможенную границу на самом деле перемещаются не информация и услуги, а только документированные права на них, то тогда через таможенную границу перемещаются некие эквиваленты имущества в виде имущественных прав на информационные продукты и обязательствных прав на действия (деятельность) по услугам. Это вполне соответствует Конституции РФ, где закреплена свобода перемещения товаров, услуг и финансовых средств.

Необходимо отметить, что в официальной статистике России также нет четкости в понимании услуг. В соответствии с [9] услугами в области внешнеэкономической деятельности являются поступающие на внешний рынок полезные результаты внешнеэкономической деятельности, удовлетворяющие определенные потребности, но не воплощенные в материально-вещественной форме. К ним относятся строительные услуги в виде строительных работ, техническое обслуживание, туристические услуги, услуги почты и связи, информационные услуги и т. п.

Теперь рассмотрим терминологическую проблему услуг, так как одним термином “услуга” обозначаются различные понятия. В экономике услугу считают разновидностью товара. В гражданском праве услуга есть объект гражданских прав. Хотя вещь как объект гражданских прав входит в понятие имущество, она как объект гражданского оборота уже называется товаром. Услуга, как экономический объект и юридический объект, имеет разный смысл, но именуется одинаково. В товароведении принято рассматривать товароведческий объект, в который входят не только товар, но и услуги. Однако, на наш взгляд, товароведы фактически изучают не товар, а продукцию, и с легкой руки “главного товароведа” К. Маркса в Советском Союзе дисциплина, в рамках, которой изучается продукция, стала называться товароведением. В связи с этим, так называемое качество товаров, номинально является качеством продукции и поэтому ГОСТы в Советском Союзе относились не к товарам, а к продукции. Здесь необходимо отметить, что на самом деле обязательные стандарты имеют отношение не к качеству продукции, а к обязательным требованиям к безопасности и пригодности продукции. Таким образом, термин “качество товаров и услуг”, который используется в некоторых законах РФ, не имеет реального объекта и представляет собой фикцию.

В [10] введены три понятия: объекты информационной природы, информационные объекты и информационные составляющие объектов. Понятие “нематериальные объекты” считается синонимом понятия “объект информационной природы”, которое в свою очередь состоит из информационных объектов трех классов. В [10] были выделены

следующие информационные объекты, исходя из их правового режима: 1) результаты интеллектуальной деятельности, средства индивидуализации и приравненные к ним объекты; 2) информационные объекты свободного и ограниченного доступа; 3) комплексные информационные объекты. Отмечается, что не все информационные объекты являются объектами гражданских прав, например, моральные ценности.

Если исходить, что данные прилагательные имеют некоторый метафорический смысл, то действительно реальный объект может либо содержать информационную составляющую, которая не является главной в объекте, либо представлять собой информационный объект, в котором информационная составляющая является главной. При этом мы не должны забывать, что термин “информационная природа” еще не означает информационную сущность. Он именуется свойством неоднородности (индивидуальности) элементов природы, которое порождает свойство отражения. Наличие индивидуализированных элементов, связывание их в некоторые структуры и, наконец, наличие некоторых потоков (взаимодействий) в этих структурах, а также вне их приводит к свойствам отражения и отображения в этих структурах и взаимодействиях, а также в их окружении, т. е. в природе. Реальный элемент и его некоторое реальное отображение или реальный объект может содержать вещественную, материальную и “информационную” составляющие. Так как отражение тоже может отражаться, то совокупность рассматриваемых объектов может состоять из реальных объектов, идеальных объектов (отражения реальных объектов) и абстрактных объектов (отражения идеальных объектов). Точно так же идеальные и абстрактные объекты могут содержать вещественную, материальную и “информационную” составляющие. Таким образом, носители информационной составляющей могут быть представлены либо вещественными, либо материальными свойствами, либо так называемыми информационными свойствами. В связи с этим информацией лучше называть данные или зафиксированные отражения (сведения). Реальные объекты всегда служат носителями неотчуждаемого отражения и отчуждаемого отображения. Что же тогда служит смысловым носителем для абстрактного объекта? Рассмотрим следующее. Как известно, знак является одним из проявлений отражения (отображения), при этом символ есть знак знака. Обычно в отношении символа говорят, что не знают, что он означает, так как неизвестно правило, позволяющее превратить его в знак, который, естественно, известен человеку. Леонардо да Винчи пользовался этим знанием. Он шифровал свои записи способом написания букв, справа налево, т. е. использовал свойство зеркальной симметрии. Таким образом, носителем в данном случае выступала не бумага, а знаки, т. е. данные, но зафиксированные не общепринятым (известным) способом, а способом, который известен только посвященным. Однако свойства данного способа также фиксируются в самих данных, т. е. в их структурных свойствах, что позволяет с помощью исследования обнаружить эти свойства и дешифровать данные. Данные, будучи продуктом продуцирования, фиксируют свойства не только результата, но и свойства процесса

продуцирования и отношения, сложившиеся между элементами, участвующими в продуцировании. В связи с этим, мы выделяем объекты информационной природы, информационно значимые объекты и информационные объекты. Индивидуальные объекты (объекты, имеющие индивидуальные свойства, т. е. свойства неоднородности, выделяющие их в совокупности) относятся к объектам информационной природы. Информационно значимые объекты это объекты, у которых к существенным свойствам относятся информационные свойства от природы или по закону. Информационные объекты представляют собой объекты с существенными информационными свойствами, которые имеют реквизиты, позволяющие их идентифицировать. Любой элемент может иметь свойство отражения или его еще называют информационное свойство, в частности, может быть представлен идеальным объектом или абстрактным объектом. Данные свойства могут быть описаны информационными характеристиками. Если реальный элемент в качестве существенных свойств имеет материально-вещественные свойства, то информационные свойства считаются несущественными. В связи с этим, потребление полезных существенных свойств такого элемента приводит к невозможному разрушению и информационных свойств. Если реальный элемент имеет в качестве существенных свойств информационные свойства, то потребление полезных информационных свойств не приводит к их восстановлению разрушению, так как их потребление представляет собой пользование данными свойствами в виде их отражения или/и отображения. Даже если при этом потреблении будет разрушен носитель информационных свойств, то пока будет цел источник данных информационных свойств, будет существовать возможность восстановления этих свойств. В связи с этим, остановимся на понятии носителя и источника информационных свойств. К источнику информационных свойств можно отнести объекты информационной природы и информационно значимые объекты, так как именно они продуцируют индивидуализирующий элемент или объект, отображающий его свойства. Информационный объект может быть и источником, и носителем информационных свойств, так как носитель обязательно должен иметь материально-вещественную природу. Например, бумажный лист может быть и носителем нанесенных на него данных, и источником данных в виде, например, водяных знаков. В свою очередь, данные на бумажном листе могут представлять предметную информацию и одновременно быть носителями других зашифрованных данных. Если какая-либо тайна будет раскрыта, то произойдет ее уничтожение или потребление, так как полезные существенные свойства тайны будут утрачены.

В социальной среде кроме информации, информационных ресурсов, информационных объектов важным понятием является информационный продукт. Продукт продуцируется продуцентом, и данная связка является частным случаем (необходимым, но недостаточным свойством) связки: причина приводит к следствию. Кроме того, будем рассматривать продукт как совокупность полезных для получателя свойств этого продукта.

Любой продукт, как категория, состоит из трех составляющих — собственно продукта, вырожденного продукта и оценочных отношений, складывающихся вокруг продукта при его обмене в среде. К вырожденной составляющей будем относить обязательную документированную информацию, необходимую для получателей продукта, в частности, это может быть название продукта, имя автора, заголовок и т. п. Для информационных продуктов в данную составляющую входит метаинформационная составляющая. Если мы рассматриваем информационный товар, то в нем также можно выделить три категориальных элемента. Вырожденный товар, который состоит из обязательных касового чека, пользовательской (технической) документации, других обязательных при приобретении товара документов. Собственно товар представляет собой собственно продукт, обладающий полезными для приобретателя свойствами. Отношения, складывающиеся вокруг товара, определяются, в частности, значением торговой марки, отзывами в СМИ и, наконец, рекламой. Реклама представляет собой информационный товар, ее стоимость может доходить до 50% стоимости рекламируемого товара, однако потребители идут на это, так как реклама информирует их и тем самым сокращает время, потраченное на поиск товаров, а значит происходит экономия альтернативной стоимости времени при приобретении товара.

Будем рассматривать услугу как объект гражданских прав и товарную категорию. Информационная услуга как объект гражданских прав представляет собой юридический объект, характеризующий юридические взаимодействия услугополучателя и услугодателя в рамках договора оказания услуг, в котором определены права, обязанности и ответственность взаимодействующих лиц. Информационная услуга, как товарная категория, содержит некоторый информационный продукт, выраженный в виде определенных действий или определенной деятельности над информационным объектом, в частности, информационным ресурсом. Категория услуги состоит из трех категориальных составляющих: вырожденной услуги собственно услуги и сервиса. Фиксация хода процесса или последнего состояния объекта воздействия информационной услуги представляет собой сущность информационной вырожденной услуги и фактически выражает, так называемый, нематериальный результат или эффект услуги. Собственно услуга заключается в выполнении услугодателем процесса по удовлетворению запроса услугополучателя. Понятие информационного сервиса будет рассмотрено отдельно. Например, информационный поиск (просмотр каталожных карточек или их изображений на экране компьютера) включает операции просмотра, сравнения с поисковым запросом и фиксации в списке просмотренных (релевантных) карточек. В качестве информационных ресурсов могут выступать другие информационные объекты, например, ключевые слова, рефераты, полные тексты и т. п. В данную информационную услугу будут входить только действия по поиску и фиксации хода поиска.

А. В. Трофименко [10] предлагает различать традиционное понимание правомочия пользования информационным объектом и правомочие использования информационного объекта, т. е. возможность копирования, опубликования, тиражирования и т. п. В связи с этим остановимся на

понятиях потребления, расходования и пользования продуктом. Потребление продукта подразумевает собственно окончательное извлечение полезных свойств продукта, которое заканчивается их исчезновением в смысле невозможности превращения в продукты употребления. Расходование продукта подразумевает временное воздействие (неокончательное извлечение) полезных свойств продукта, когда эти свойства не могут быть использованы другими расходователями в данное время. Особенность расходования продуктов заключается в том, что они требуют время на восстановление полезных свойств и в это время не могут быть расходуемы. Пользование продуктом подразумевает доступ к полезным свойствам продукта, при котором их извлечение (отражение) не приводит к их разрушению.

При потреблении полезных предметных свойств информационного продукта информационные свойства не исчезают, хотя как любые элементы природы стареют. В связи с этим нельзя согласиться с бытующим утверждением, что информации не страшен физический износ, что она подвержена только моральному старению. Информация, хотя и идеальна, обязательно имеет материально-вещественный носитель, который подвержен физическому износу. И, наконец, очень многие люди обладают низким уровнем запоминания информации. Некоторые эксперименты показывают, что уже через несколько часов у достаточно большой группы людей значительный объем запомненной информации теряется бесследно. Разные люди могут извлекать разный объем информации из одних и тех же данных. В этом смысле информация потребляема, осязаема и истребляема.

На наш взгляд, необходимо различать понятия пользование имуществом и пользование продуктом. Начнем рассмотрение данного положения с понятия использования имущества в ГК РФ, так как в нем упоминаются два термина “использование” и “пользование”. В ст. 136 ГК РФ имущество может быть использовано для получения поступлений в виде плодов, продукции, доходов. С другой стороны, в ст. 2 ГК РФ в действия по предпринимательской деятельности входит пользование имуществом. Почему предпринимательская деятельность предполагает пользование, а не использование имущества? Конституция РФ в ст. 34 закрепляет “право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной, не запрещенной законом экономической деятельности”. В ГК РФ данная норма была выражена в виде действий по предпринимательской деятельности, в частности, путем пользования имуществом, продажи товаров, оказания услуг и выполнения работ. Таким образом, в Конституции РФ термин “использование” включает в себя пользование имуществом для предпринимательской деятельности и собственно использование способностей, как потенциальных действий, и имущества для иной, не запрещенной законом экономической деятельности. Собственник имущества, как юридического объекта, имеет право владения, распоряжения и пользования имуществом, где последнее право определяет необходимое свойство предпринимательской деятельности для извлечения из имущества систематической прибыли. Исходя из ст. 209 ГК РФ и в

соответствии с правом распоряжения имуществом, собственник может обременять свое имущество, передавать другим лицам, оставаясь собственником, свои имущественные права с целью извлечения выгоды в своих интересах, передавать свое имущество в доверительное управление другому лицу с целью извлечения выгоды в интересах собственника или указанного им третьего лица, т. е. использовать свое имущество для извлечения выгоды.

На наш взгляд, с методологической точки зрения, термины “пользование” и “использование” объекта должны применяться в следующих целевых смыслах. Действия по пользованию объектом заключаются в извлечении существенных для субъекта свойств объекта без разрушения самого объекта для личных (семейных) или/и общественных целей. Действия по использованию объекта подразумевают извлечение существенных для субъекта свойств объекта без разрушения объекта для производственных (коммерческих, предпринимательских, экономических и иных, не запрещенных видов деятельности) целей. В этом смысле, субъект при приобретении книги со знаком копирайта, как информационного объекта, получает право пользования ею, цитирования и упоминания ее в личных и общественных целях.

В [10] высказана мысль, что работы и услуги в соответствии со ст. 128 ГК РФ нельзя относить к числу объектов гражданских прав, так как они представляют собой содержание общественного отношения, являются предметом правового регулирования. Можно согласиться с автором [10], что когда речь идет о создании (уничтожении) должником материального или нематериального объекта, то речь идет о договоре, предполагающем выполнение работ. Однако термин “преобразование содержания указанного объекта”, на наш взгляд, необходимо уточнить. В процессе работ над объектом выполняются действия по превращению объекта, т. е. изменению существенных его свойств, а не преобразованию, т. е. изменению образа объекта, так как работают с объектом, а не с образом объекта. При этом объект до работы и после работы с ним — это разные объекты, как в фактическом, так и в экономическом, и юридическом смысле.

Если же речь идет об изменении несущественных свойств объекта и объект остается одним и тем же, но он обладает разными значениями свойств до действий над ним и после этих действий, то тогда речь идет об услуге в смысле ст. 128 ГК РФ. В частности, при транспортировке объекта во времени (хранении), при транспортировке объекта в геометрическом пространстве (перевозке), при изменении его элементного состояния соответствующий договор предполагает оказание услуг.

Информационная работа, как товарная категория, представляет собой сочетание категорий информационной услуги и информационной продукции как товарных категорий, поэтому в нее входят конкретные информационные действия, которые, в отличие от обычной работы, заканчивающейся материально-вещественным результатом, завершаются, в частности, конкретным информационным продуктом, полученным путем переработки сущности имеющихся информационных ресурсов или/и путем создания нового информационного объекта. Таким образом, информационный

анализ, который заканчивается синтезом некоторой сущности, является информационной работой как товаром.

В публикациях редко применяется термин “информационная помощь”, хотя он должен занять свое место в информационной области. Рассмотрим следующий пример. Субъект интересуется определенной книгой в библиотеке. Он может самостоятельно осуществить информационный поиск в каталоге, однако при недостаточном опыте ему может потребоваться помощь, которая может закончиться фиксацией шифра хранения книги на экране компьютера или в виде распечатки требования на книгу. Таким образом, помощь представляет собой продукт фактического общественного взаимодействия, а услуга — продукт правового и экономического взаимодействия субъектов. Например, при возмездных (платных) услугах по копированию страниц книги в библиотеке происходит приобретение услугополучателем вырожденной услуги, т. е. зафиксированного на бумаге процесса копирования данных страниц. Приобретение услуги и получение бумажной копии не дают читателю библиотеки, так же, как и самой библиотеке, права на информацию из данной книги.

В связи с этим рассмотрим само копирование. Мы различаем потребительское копирование, тиражирование и плагиат. В обыденном сознании копирование подразумевает потребительское копирование, т. е. изготовление копии экземпляра какого-либо текста для потребительских целей. Тиражирование обычно подразумевает изготовление тиража в коммерческих целях. Как правило, тиражом считается количество копий свыше 150–500 экземпляров. Например, тиражирование автореферата в 150 экземпляров не считается тиражированием, так как используется в некоммерческих целях. В этих же целях копируются учебно-методические пособия в количестве до 500 экземпляров. Информационные объекты могут распространяться, т. е. участвовать в гражданском обороте в виде экземпляров тиража, при этом данные экземпляры могут быть открытыми или защищенными. Под защищенной информацией или защищенным тиражом информационных объектов будем понимать такие объекты, в которых применены специальные средства и способы защиты от несанкционированного копирования. Кроме того, существуют охраняемые законом информационные объекты. В зависимости от объема прав, передаваемых при приобретении экземпляра информационного объекта, приобретатель получает возможность производить различные действия с данным экземпляром. Это может быть потребление, размножение (копирование, тиражирование) и распространение. Поэтому прототип, который размножают, можно классифицировать как оригинал, производственный экземпляр и промышленный образец. При размножении возможно копирование свойств носителя, предметных свойств, в том числе информационных, и свойств коммуниканта, например, средств индивидуализации. Особенностью информационного размножения является простая технологическая возможность, как для тиражирования, так и для копирования, в том числе домашнего. Кроме того, информационное размножение позволяет получать копии не только собственно данных,

но и команд по управлению как собственно данными, так и другими командами. Компьютерное информационное копирование позволяет не только получать овеществленные информационные объекты, но и материализовывать информационные услуги с помощью материализации “исполнителя” по услуге в виде компьютерной программы, в том числе информационного средства и способа. Особенностью информационного объекта является то, что данные могут выступать не только как собственно данные, но и как команды, т. е. они одновременно могут представлять действие и продукт действия. Кроме того, данные отображают отношения субъектов к ним, а также отношения, возникающие между субъектами. Таким образом, информационный объект как объект гражданского права (информационное имущество) может выступать как информационная продукция (вещь), информационное действие и информационные отношения. При этом информационное действие можно рассматривать как действие по установлению связи (канала) и взаимодействие с его помощью в качестве информационного средства и информационного способа.

Когда услугополучатель хочет приобрести информационную услугу, он должен вербализовать свои информационные потребности в виде информационного запроса. Известно, что не всегда запрос адекватно отображает информационные потребности услугополучателя. Если выданные данные соответствуют информационному запросу, то их называют релевантными. Однако только часть этих данных может соответствовать информационной потребности услугополучателя. Те данные, которые удовлетворяют информационной потребности услугополучателя, называют пертинентными. Причиной отсутствия пертинентных данных в релевантных данных может быть плохая вербализация информационной потребности услугополучателя или плохое исполнение услуги. Даже если информационная услуга была оказана в соответствии со стандартами и запрос был составлен правильно, то можно выделить случай, когда наличие пертинентной информации не удовлетворяет услугополучателя. Это случай, когда услугополучателю необходима детонационная информация, т. е. информация, служащая “детонатором” для продуцирования новой (неизвестной) информации и отсутствующая в информационных фондах (ресурсах), в которых велся поиск [11].

Кроме вырожденных услуг и собственно услуг еще выделяют сервис. На наш взгляд, информационный сервис как категорийная проекция услуги представляет собой услуги по предоставлению доступа к информационной среде, которая обладает свойствами открытости, дружелюбности и репрезентативности.

К сожалению, в информационной сфере существуют и негативные стороны, которые касаются информационной помощи. В частности, рассмотрим такое явление, как спам. Спам нельзя отнести к услугам, так как при получении навязанного информационного продукта получатель не оплачивает его в явном виде, при этом он данный продукт и не заказывает. Таким образом, навязанная адресная реклама, а также навязанные любые виды информационного продукта не являются для потребителей товаром. В связи с этим, рассмотрим

категорийные виды рекламы. К ним можно отнести публичную рекламу, направленную на неопределенный круг лиц, которые каким-либо образом попали в сферу возможного воздействия рекламы. Запрошенная реклама представляет собой адресное предоставление необходимой информации заинтересованным лицам. Навязанная реклама нарушает принцип добровольного волеизъявления потребителя. Несмотря на то, что спам считается бесплатным, на самом деле принцип эквивалентного обмена не нарушается. Распространение спама оплачивают рекламодатели, которые в свою очередь получают возмещение издержек на рекламу через цену рекламируемого товара. Таким образом, спам как деятельность не является услугой, так как отсутствуют два основных свойства: платность и добровольность услуги. Поэтому спам можно отнести к незаконной информационной помощи.

Помимо формальной стороны навязанной информационной помощи можно выделить нежелательное содержание данного навязанного взаимодействия. В частности, в данном взаимодействии получатель невольно может получить информацию, выходящую за общепринятые моральные рамки. Навязанная или принудительная информационная помощь возможна только по предписанию врача для людей, находящихся в беспомощном или безсознательном состоянии.

Наряду с получателем информационного продукта в информационной цепочке необходимо выделить распространителя информационных продуктов. Как правило, распространители не являются собственниками информационного продукта или товара, поэтому они не несут ответственность за его содержание, вернее за содержание полученного от собственника информационного объекта. Информационный посредник в лице распространителя информационных объектов исполняет роль информационного услугодателя-посредника, а заказчиком услуги является рекламодатель, но не рекламополучатель. При этом возникает проблема так называемых “неудобных документов”. Она возникает, когда распространитель, с одной стороны, должен принять заказ на оказание услуги по распространению информационного объекта, а с другой стороны, — данный объект является “неудобным”, так как находится по своему содержанию или смыслу на грани дозволенного в обществе. Кроме содержания необходимо остановиться на смысле информационного объекта, т. е. на прагматическом значении содержания, которое вызывает запланированный отклик у получателя, несмотря на соблюдение формальных ограничений в информационном объекте. Вспомним рекламу немировского маринованного перца, когда реклама немировской водки была запрещена.

В [12] поднят важный вопрос, о необходимости рассматривать электронный документ как вещь в смысле объекта гражданских прав, и приводятся доказательства того, что электронный документ представляет собой сложное изделие, обладающее большим количеством вещных свойств, чем традиционный аналоговый документ. При создании документа автор как его собственник создает некоторое содержание документа и несет за него ответственность. При передаче документа другому субъекту, например, исполнителю, который должен подготовить рукописные данные на компьютере без изменения содержания и отправить его

получателю, собственник документа передает исполнителю частично или полностью право владения документом. Новый владелец имеет право владения, т. е. превращения формы документа без изменения его содержания. Исполнитель может привлечь отправителя и передать ему право владения данным документом для его доставки получателю, при этом происходит передача прав владения документом получателю. От получателя передаются пользователю только права пользования документом. В случае какого-либо дефекта в полученном пользователем документе (искажение или модификация) ответственность за дефект, если он не был указан в акте приема-передачи от отправителя, несет получатель и т. д. до автора. Исполнитель несет ответственность перед автором и владельцем документа и законом за согласованный с автором и/или владельцем объем и пригодность действий по изготовлению и доставке документа до пользователя.

Мы поддерживаем идею о необходимости естественного баланса в отношениях между собственником информационной собственности и пользователями этой собственности [13]. В частности, не случайно крупнейшие разработчики программного обеспечения все чаще говорят об “аренде приложений”. Действительно, пользователю необходимо платить только за возможность пользования определенной функцией и определенное время, а не за приобретение информации (программ или собственно данных), которую купили другие пользователи. В этом смысле главной составляющей информационного продукта является услуга как объект гражданских прав. Таким образом, юридически значимый информационный продукт сможет находиться в аренде, что сейчас возможно только для вещных объектов.

В [14–17] приведены некоторые соображения автора, относящиеся к данной проблеме.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Закупень Т. В., Соболев С. Ю. Информация и ее правовое регулирование // Журнал российского права. — 2004. — № 1.

2. Нестеров А. В. Некоторые соображения по поводу закона “Об информации, информатизации и защите информации” // НТИ. Сер. 1. — 1996. — № 4. — С. 7–11.

3. ФЗ РФ “Об информации, информатизации и защите информации” // Информационная справочная система Консультант.

4. Нестеров А. В. Некоторые соображения по поводу Федерального закона РФ “Об участии в международном информационном обмене” // НТИ. Сер. 1. — 1999. — № 3. — С. 28–32.

5. ФЗ РФ “Об участии в международном информационном обмене” // Информационная справочная система Консультант.

6. Доктрина информационной безопасности РФ // Информационная справочная система Консультант.

7. Нестеров А. В. Некоторые соображения по поводу “Доктрины информационной безопасности РФ” // НТИ. Сер. 1. — 2000. — № 4. — С. 1–5.

8. ФЗ РФ “О связи” // Информационная справочная система Консультант.

9. Инструкция по заполнению формы ФГСН № 8-ВЭС (услуги) “Сведения об экспорте (импорте) услуг во внешнеэкономической деятельности” // Постановление Госкомстата РФ от 06.02.2001. — № 11.

10. Трофименко А. В. Проблемы теории нематериальных объектов (гражданско-правовой аспект). — Саратов. Автореф. дисс. докт. юрид. наук. — 2004.

11. Нестеров А. В., Иловайский И. В. Летоначионность как свойство библиотечного фонда // Научные и технические библиотеки России. — 1992. — № 6. — С. 7–10.

12. Гадасин В. А. От документа — к электронному документу. Системные основы. // [www.vniipvti.ru](http://www.vniipvti.ru)

13. Михайлов В. Информация и собственность // [www.computerra.ru](http://www.computerra.ru)

14. Нестеров А. В. Информационные особенности развития Деловой среды // НТИ. Сер. 1. — 1998. — № 2. — С. 5–9.

15. Нестеров А. В. Философия информации // НТИ. Сер. 1. — 2000. — № 2. — С. 1–9.

16. Нестеров А. В. Философия защиты информации // НТИ. Сер. 1. — 2004. — № 3. — С. 1–9.

17. Нестеров А. В. Тензорный подход к анализу и синтезу систем // НТИ. Сер. 2. — 1995. — № 9. — С. 26–32.

*Материал поступил в редакцию 21.09.05.*

---

*Окончание. Начало см. на с. 19–21.*

Что касается корпоративного развития концерна “КОДЕКС”, то необходимо учесть Национальный Стандарт Российской Федерации — ГОСТ Р 52294 — 2004. Информационная технология. Управление организацией. Электронный регламент административной и служебной деятельности. Основные положения. — Москва: ИПК;

Изд-во стандартов, 2005. Стандарт вступает в силу с 1 июля 2005 г.

\* \* \*

Статья подготовлена с участием доцента Ю. А. Колпакова и профессора С. С. Терещенко (Аналитический Центр ИПКИР — ВИНТИ РАН).

*Материал поступил в редакцию 05.09.05.*